



JMSA

วารสารวิทยาการจัดการ และการบัญชี

JMSA | JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND
ACCOUNTING

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569
Vol.5 No.1 January - June 2026

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE UTTARADIT RAJABHAT UNIVERSITY

https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี Journal of Management Science and Accounting วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้สำคัญในศาสตร์สาขาวิชาด้านการบริหารธุรกิจการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และ นิเทศศาสตร์ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ต่อยอดและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น สังคม

2. เพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาทางด้านวิทยาการจัดการ ก่อให้เกิดประโยชน์ คุณค่าสร้างการยอมรับในสังคม

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาวิณี สัตยาภรณ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ วิกกรมประสิทธิ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บรรณาธิการ อาจารย์ ดร.ฐิติวรดา แสงสว่าง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

กองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสร | มหาวิทยาลัยนครพนม |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิดา จงสุขสมสกุล | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรวุฒิ สมยานะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.อรุณ คงรุ่งโชค | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐรงค์ จตุรัส | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ดิษฐ์แก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (เชียงใหม่) |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลาญ จันทรจตุรภัทร | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- | | |
|--------------------------------------|----------------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.เจวิียง วงศ์จินดา | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 2. อาจารย์ ดร.ณัฐชิต กองอำไพ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 3. อาจารย์ ดร.นิยดา รักวงษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 4. อาจารย์ ดร.พิชญพร พิรพันธุ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา ยาไม้ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 6. นายรัตนะ อินจ้อย | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |



**JMSA | Journal of Management
Science and Accounting**

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมิน บทความ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ดิษฐ์แก้ว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณราย ละตา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
วิทยาเขตระยอง

รองศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

รองศาสตราจารย์ ดร.อุเทน เลาน้ำทา

อุปนายก สมาคมนักบัญชีไทย

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและกรรมการผู้จัดการ

บริษัท อินเทลลิเจนท์ ดี.ซี จำกัด (IDC)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุคันธา

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาภิญญ์ อดตฤกษ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วิทยาเขตสกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภนารี พิรส

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลยา อุปพงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ รัตนทรงธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อาจารย์ ดร.จิรัชติกา วุฒิพันธุ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วิทยาเขตขอนแก่น

อาจารย์ ดร.ชุตีกร ประทีปเกียรติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา วิทยาเขตสุรินทร์

สารจากบรรณาธิการ

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

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี จึงขอเชิญชวนและยินดีต้อนรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานทางวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และวารสารยังได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ขึ้นเป็นวารสารกลุ่มที่ 2 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2572 อย่างไรก็ตาม ในฉบับนี้มีบทความวิจัยที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ประเมินอิสระ 3 ท่าน ที่ทางกองบรรณาธิการได้กำหนดเป็นกรอบที่จะรับบทความเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ โดยในฉบับนี้มีบทความวิจัยทั้งสิ้น 5 บทความ

สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการวารสาร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารวิชาการฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ให้กับทุกท่านที่สนใจ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้ คำติชมและคำแนะนำเพื่อการปรับปรุงวารสารฉบับนี้ให้เป็นวารสารที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการของสังคมต่อไป



อาจารย์ ดร.วิฑูรดา แสงสว่าง
บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี

สารบัญ

ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลลัพธ์..... 1 ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย อำภาศรีพ้อคำ, จัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์, กรกนก ดลโสภณ, สดชื่น อุตอามาตย์, สุรสิทธิ์ พ้อคำ และพนอจิต นิติสข	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสำนักงานบัญชี: กรณีเปรียบเทียบสำนักงานบัญชี..... 14 ที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในภาคใต้ของประเทศไทย บุญทริกา ไกรระจ่าง, รุสมิน สาอิ, ไซนับ หะยียาคารียา และอารีสา สีบุ๋	
การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ..... 32 ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่งานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 เอนก ปลัดชัย และกรกนก ดลโสภณ	
พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคาร..... 49 เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ราตรี กันเกษร และวาสนา จรูญศรีโชติคำจ	
การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมส กรณีศึกษาผู้ประกอบการโกโก้ตากหลวง.... 67 ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกงสูง จังหวัดนครศรีธรรมราช ศศิกานต์ ละงู, ชัชฎาภรณ์ บุญชูวงศ์, ทวีพร นาคา และสุกัญญา บุญขวัญ	
ภาคผนวก..... 82	
คำแนะนำในการตีพิมพ์บทความวิจัย และบทความวิชาการ..... 83	



บทความวิจัย



ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางการ
ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย

Influence of Strategic Marketing Capabilities on Competitive Advantage and
Marketing Outcomes of Ready-to-Eat Food Entrepreneurs in Thailand

อำภาศรี พอค้า¹ ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์^{1*} กรกนก ดลโสภณ¹ สดชื่น อุตุอามาศย์¹

สุรสิทธิ พอค้า² และพนอจิต นิติสุข³

Ampasri Phokha¹ Chatratchada Wiroteerat¹ Kornganok Donsopon¹ Sodchuen Ut-armart¹

Surasit Phokha² and Panorjit Nitisuk³

e-mail: Chatratchada2@gmail.com

(Received: 2025-06-27 ; Revised: 2025-10-06 ; Accepted: 2025-10-17)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย และศึกษาผลกระทบความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย จำนวน 600 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 150 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 25 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์และด้านการตลาดยั่งยืนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการเสริมสร้างความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและยกระดับผลการดำเนินงานทางธุรกิจได้

คำสำคัญ: ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลลัพธ์ทางการตลาด

¹ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

² คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

³ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์



ABSTRACT

The objectives of this research were to examine the influence of strategic marketing capabilities on competitive advantage among ready-to-eat food entrepreneurs in Thailand and to investigate the influence of competitive advantage on marketing outcomes. The sample consisted of 600 ready-to-eat food entrepreneurs in Thailand. A questionnaire was used as the research instrument, and 150 completed questionnaires were returned, representing a 25 percent response rate. The data were analyzed using multiple regression analysis and simple regression analysis.

The results revealed that strategic marketing capabilities in brand building and sustainable marketing had a positive influence on the competitive advantage of ready-to-eat food entrepreneurs, with statistical significance at the 0.05 level. Competitive advantage had a positive influence on the marketing outcomes of ready-to-eat food entrepreneurs, with statistical significance at the 0.05 level. The results suggest that enhancing strategic marketing capabilities can strengthen competitive advantage and improve business outcomes.

Keywords: strategic marketing capability, competitive advantage, marketing outcome

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมที่พึ่งพาตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายอาหารในประเทศปี 2567-2569 มีปริมาณการจำหน่ายอาหารภายในประเทศคาดการณ์จะเจริญเติบโตโดยเฉลี่ย 3 - 4 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ในขณะที่การจำหน่ายอาหารในต่างประเทศมีอัตราเจริญเติบโตที่ 5.0-6.0 เปอร์เซ็นต์ต่อปี (ศุภคร กรบุญตรีโต, 2567) ซึ่งเกิดจากการกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ การขยายตัวของช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากขึ้น ตลอดจนแนวโน้มการบริโภคที่เน้นความแข็งแรง ความสะดวกสบาย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ทำให้ขนาดประชากรเล็กลง และมีแนวโน้มบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากขึ้น ประกอบกับการยกระดับห่วงโซ่อุปทานการผลิตสินค้าทางการเกษตร เพื่อส่งเสริมและยกระดับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรให้มีมูลค่าสูง โดยการส่งเสริมให้เกิดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเสริมสร้างธุรกิจเพื่อพัฒนาประเทศ ก่อให้เกิดผู้ประกอบการต่าง ๆ มากมาย ไม่เว้นแม้แต่นักประกอบการธุรกิจแปรรูปอาหารสำเร็จรูป ซึ่งถือเป็นธุรกิจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมดังกล่าวต้องประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง ทุกธุรกิจต้องปรับตัวให้สามารถแข่งขันในธุรกิจได้ ความสามารถทางการตลาดจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอด (ชิดกมล เครือทิม และฐิติมา ไชยะกุล, 2566)

ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาด ช่วยให้อุตสาหกรรมเติบโต ผู้ประกอบการมักให้ความสำคัญกับกลยุทธ์

ทางการตลาดเพื่อต้องการให้ผู้บริโภคหันกลับมาซื้อซ้ำ เห็นได้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพ การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ และมีความสะดวกสบาย มีการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น เครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต เข้ามามีบทบาททางการตลาดมากขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับลูกค้า ต้นทุน การส่งเสริมการขายและการสื่อสาร การให้ความสำคัญกับความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ช่วยทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (เนตร์ศิริ เรืองอริย์ภักดี และคณะ, 2567) และสอดคล้องกับ พงศ์ศิริ คำชันแก้ว และคณะ (2566) พอดีคำทอง พบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้องค์กรเป็นผู้นำตลาด และเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่ง โดยสามารถกำหนดราคาได้ต่ำกว่าราคาในท้องตลาดทั่วไป ทำให้มีโอกาสอยู่ในตลาดการแข่งขันได้ (Poter, 1985) นอกจากนี้ หากกิจการมีความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนภายในองค์กร เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดี สามารถให้องค์กรอยู่รอดและก้าวนำคู่แข่งในตลาดอุตสาหกรรมเดียวกัน อีกทั้ง ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาองค์กรให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดี โดยผลลัพธ์ทางการตลาด เกิดจากผลการดำเนินงานทางการตลาด การรับรู้ของธุรกิจเกี่ยวกับผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้กับการบรรลุเป้าหมาย ในด้านการเติบโตของยอดขาย การทำกำไร การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ ตลอดจนการส่งเสริมให้ยอดขายที่เพิ่มขึ้น การกลับมาใช้สินค้าและบริการซ้ำ เกิดความพึงพอใจและการยอมรับของลูกค้า (Vorthies & Morgan, 2005) จากการทบทวนวรรณกรรมของ ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2562) พบว่า ศักยภาพทางการตลาดด้านคู่แข่งเชิงพลวัตมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดผลลัพธ์ทางการตลาด ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวจะช่วยให้ส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดี เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพประสิทธิผล ดังนั้นในงานวิจัยนี้ จึงสนใจศึกษาความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย โดยมุ่งศึกษาความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร ซึ่งผลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และบรรลุผลลัพธ์ทางการตลาดตามเป้าหมายที่ไว้วางไว้ ตลอดจนเป็นแหล่งข้อมูลในการจัดทำฐานข้อมูลในการพัฒนาต้นแบบการเรียนรู้สำหรับชุมชนที่ต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์และขยายกำลังการผลิตสร้างความเติบโตต่อธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย



ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์

ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้องค์ความรู้ และทรัพยากร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า รวมถึงความสามารถเพิ่มยอดขายได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ประกอบด้วย ด้านการสร้างแบรนด์ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยีการตลาด ด้านการตลาด ยั่งยืน ชีตกลม เครือทิม และฐิติมา ไชยะกุล (2566) ระบุองค์ประกอบของความสามารถทางการตลาด ประกอบด้วย ความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ ความสามารถด้านช่องทางการจำหน่าย ความสามารถด้านราคาและความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และ Kotler (2011) ได้แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ขายเสนอขายต่อตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากได้เป็นเจ้าของ และซื้อมาเพื่ออุปโภคอันเป็นการตอบสนองความต้องการ 2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคาและคุณภาพของการบริการของผลิตภัณฑ์ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ 3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ จากองค์การไปยังตลาด 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ 5) บุคลากร (People) การบริการต้องการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงาน และการปฏิสัมพันธ์นี้ส่งผลต่อการรับรู้ทางด้านกายภาพการบริการของลูกค้า 6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านนี้เกี่ยวข้องกับส่วนที่สัมผัสจับต้องของการบริการและสิ่งแวดล้อม และ 7) กระบวนการ (Process) ผู้ให้บริการจะต้องใช้กระบวนการเพื่อส่งมอบการบริการของตนให้กับลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตของงานบริการ และความก้าวหน้าของกระบวนการผลิตมีความสำคัญมากในการบริการ ซึ่งมากกว่าตัวสินค้าจากการทบทวนวรรณกรรม Dahmiri et al. (2024) ที่ระบุว่าความสามารถทางการตลาดช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งสามารถใช้ความสามารถทางการตลาดเป็นตัวขับเคลื่อนในการสร้างความยั่งยืนและการเจริญเติบโตในระยะยาว สอดคล้องกับ Elgarhy, S. D., & Abou-Shouk, M. (2023) การออกแบบผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงเทคนิคการส่งเสริมการขายที่สร้างสรรค์ และโครงสร้างราคา มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสอดคล้องกับ Shahbaz, M. S. et al. (2022) การสร้างแบรนด์ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่ง มีความพิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งจะสามารถช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นได้โดยธุรกิจจะต้องสร้างความแตกต่าง 3 ด้าน ดังนี้ (Poter, 1985)

1. กลยุทธ์ด้านต้นทุน การเป็นผู้นำด้านต้นทุน สามารถกำหนดราคาได้ต่ำกว่าราคาในท้องตลาดทั่วไป หากว่าต้นทุนต่ำกว่าจะทำให้มีโอกาสอยู่ในตลาดการแข่งขันได้

2. กลยุทธ์ความแตกต่าง สินค้าหรือการบริการที่ธุรกิจผลิตมาจะต้องมีความแตกต่างที่ไม่สามารถหาได้จากสินค้าทั่วไป หรือมีการเพิ่มประสิทธิภาพ ศักยภาพของสินค้า เป็นต้น

3. กลยุทธ์มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม เป็นการมุ่งเน้นสินค้าให้กับตลาดเฉพาะส่วน เช่น ตลาดที่มีรายได้สูงการที่มีสินค้าและบริการที่แยกเฉพาะจะทำให้สามารถตั้งราคาขายที่สูงได้

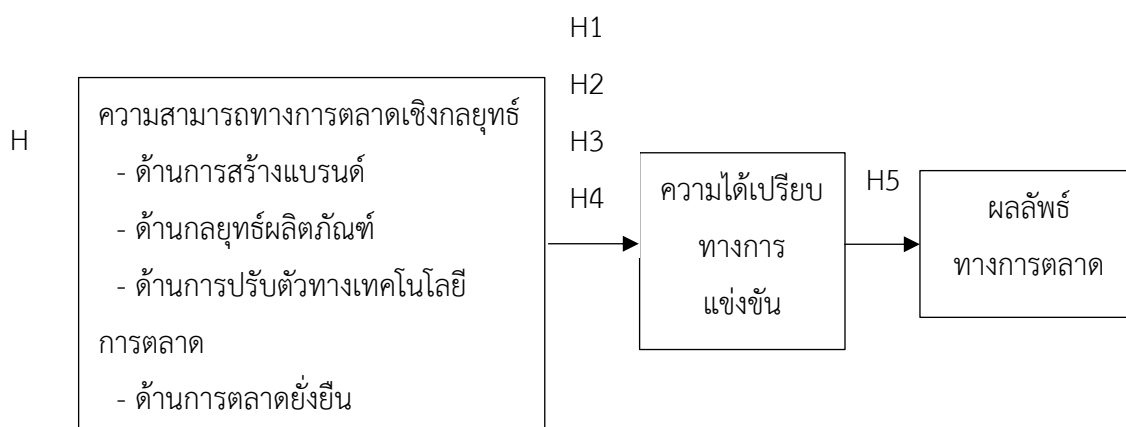
จากการทบทวนวรรณกรรมของ ปริสุทธิ์ รัตนมหารวงศ์ และคณะ (2564) คุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ ภาวนา สายชู (2554) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความแตกต่างกันที่หลากหลายขึ้นกับลักษณะต่าง ๆ ประกอบด้วย สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างกลยุทธ์ที่เป็นเอกลักษณ์ การสร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง

แนวคิดเกี่ยวกับผลลัพธ์ทางการตลาด

ผลลัพธ์ทางการตลาด หมายถึง ผลการดำเนินงานทางการตลาด การรับรู้ของธุรกิจเกี่ยวกับผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้กับการบรรลุเป้าหมาย ในด้านการเติบโตของยอดขาย กำไร การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ ยอดขายที่เพิ่มขึ้น การกลับมาใช้บริการซ้ำ ความพึงพอใจและการยอมรับของลูกค้า (Vorthies & Morgan, 2005) นอกจากนี้ Kaplan & Norton (1992) ได้กล่าวว่าระบบการวัดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิผลควรจะต้องมีการพัฒนาและออกแบบระบบการวัดผลการดำเนินงานแบบใหม่ที่ครอบคลุมทั้งการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินในลักษณะเป็นองค์รวมมากขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรม Chuwiruch, N. et al. (2016) ปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดีขึ้น ได้แก่ ความเชื่อในตราหือ การเติมความต้องการลูกค้า ภาพลักษณ์ทางการตลาด ตลอดจน ผลการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มากขึ้นสอดคล้องกับ ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2562) พบว่า ศักยภาพทางการตลาดด้านคู่แข่งเชิงพลวัตมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดผลลัพธ์ทางการตลาด

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

H₁: ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างแบรนด์ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

H₂: ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

H₃: ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยีการตลาด มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

H₄: ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการตลาดยั่งยืนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

H₅: ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการฝ่ายการตลาดของสถานประกอบการอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย 9,102 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารของสถานประกอบการอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970) ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรและกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% จากการเปิดตารางพบว่าการวิจัยในครั้งนี้ควรใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 368 ชุด ดังนั้นเพื่อลดความคลาดเคลื่อนในการตอบผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจแบบสอบถามเพิ่มอีก 232 ชุด รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 600 ชุด (Berdie et al., 1986) แต่ในการดำเนินการวิจัยที่มิวิจัยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหรือฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารของสถานประกอบการอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 600 ชุด พบว่ามีผู้ตอบกลับเพียง 150 ชุด คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 25 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) ตัวแปรและการวัดค่าตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรต้น ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยีการตลาด ด้านการตลาดยั่งยืน ตัวแปรกลาง ได้แก่ ความได้เปรียบแข่งขัน และตัวแปรตาม ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการตลาด ซึ่งมีการสร้างขึ้นจากการ

ทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่ทางการเกี่ยวข้อง และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดโดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุม ถึงความมุ่งหมายและสมมติฐานการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 4 ด้าน จำนวน 14 ข้อ ได้แก่ ด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน 3 ข้อ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยีการตลาด จำนวน 4 ข้อ และด้านการตลาดยั่งยืน จำนวน 3 ข้อ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 4 ข้อ ผลลัพธ์ทางการตลาด จำนวน 4 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (Likert, 1967) การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ ดังนี้

1) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยมีขั้นตอนการออกแบบสอบถามดังนี้ นำข้อมูลที่ได้จากการค้นหาและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือบทความ เอกสารทางวิชาการ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนดโดยพิจารณารายละเอียดที่ครอบคลุมความมุ่งหมายและสมมติฐานของการวิจัย

3) นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำแล้วตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นแล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อพิจารณาโครงสร้างแบบสอบถาม เนื้อหา ภาษาที่ใช้ และค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruency: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ขั้นตอนการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการวัดดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) เกณฑ์การตัดสิน ค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหาซึ่งในการศึกษารั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง อยู่ที่ 1.00 ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2552) และทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ และ Try-out กับแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดแรกประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง โดยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Tests) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของตัวแปรต้น ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยีการตลาด ด้านการตลาดยั่งยืน มีค่า 0.825, 0.708, 0.777



และ 0.876 ตามลำดับ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่า 0.807 และผลลัพธ์ทางการตลาด มีค่า 0.816 ซึ่ง Cronbach (1975) เสนอว่าค่าที่ได้ควรมีค่าเกิน 0.70 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006) และทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยใช้ Factor Loading ของความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ มีค่า อยู่ระหว่าง 0.414-0.860 และการความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.786-0.877 และผลลัพธ์ทางการตลาด มีค่าอยู่ระหว่าง 0.767-0.863 ซึ่งค่าที่ได้ควรมีค่าเกิน 0.40 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

นอกจากนี้ ทำการทดสอบ Assumption ซึ่ง ผ่านเกณฑ์ และได้ทำการทดสอบ Normality พบว่ามีการแจกแจงปกติ และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้น ตัวแปรกลาง และตัวแปรตามไม่พบปัญหา multicollinearity มีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.000 - 2.187 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 แสดงถึงตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา multicollinearity (Hair et al., 2006)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามจำนวน 600 แห่ง ส่งทางไปรษณีย์ให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 600 แห่ง ตามกลุ่มตัวอย่าง เมื่อครบ 15 วัน ผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถามให้กลับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้งเพื่อเป็นการติดตามและขอบคุณสำหรับผู้ที่ทำกรส่งแบบสอบถามกลับมาแล้ว และรอแบบสอบถามตอบกลับอีก 1 เดือน รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 เดือน ได้รับแบบสอบถามจำนวน 150 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 25 ความเพียงพอของอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถืออย่างน้อยควรมีอัตราตอบกลับร้อยละ 20 (Aaker et al., 2001) จึงถือว่ายอมรับได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มา ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามที่ตอบกลับและทำการวิเคราะห์ผลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็น 63.33 % ชาย คิดเป็น 34.67 % สถานภาพ โสด 55% สมรส 45 % ประเภทธุรกิจ ส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมอาหารพร้อมทาน 77 % อุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์แช่แข็ง 10% อาหารสุขภาพ สมุนไพร และอื่น ๆ 13 % ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการตลาด 80 % หัวหน้าฝ่ายการตลาด 20 %

2. ทดสอบผลกระทบระหว่างความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศ ดัง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

ความสามารถทาง การตลาดเชิงกลยุทธ์ (MKT)	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (COM)			t	Sig
	สัมประสิทธิ์ การถดถอยไม่ปรับ มาตรฐาน (B)	ค่าความ คลาดเคลื่อน มาตรฐาน (S.E.)	สัมประสิทธิ์ การถดถอย แบบปรับมาตรฐาน (Beta)		
ค่าคงที่ (CONSTANT)	0.573	0.565		1.014	0.314
ด้านการสร้างแบรนด์ (BIM)	0.337	0.105	0.385	3.217	0.002*
ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (PRO)	0.013	0.124	0.013	0.105	0.916
ด้านการปรับตัวทาง เทคโนโลยีการตลาด (TEC)	0.162	0.130	0.160	1.248	0.216
ด้านการตลาดยั่งยืน (SUS)	0.380	0.141	0.279	2.701	0.009*
F = 15.886 P = 0.000 R ² =0.690 Adjusted R ² = 0.446					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างแบรนด์(BIM) ($\beta = 0.337$, $p < 0.05$) ด้านการตลาดยั่งยืน (SUS) ($\beta = 0.380$, $p < 0.05$) มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีค่า Adjusted R² = 0.44 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₁ และ H₄ ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (PRO) ($\beta = 0.013$, $p < 0.05$) ด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยีการตลาด (TEC) ($\beta = 0.162$, $p < 0.05$) ไม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ไม่ยอมรับสมมติฐาน H₂ และ H₃

3. ทดสอบผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย

ความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน (COM)	ผลลัพธ์ทางการตลาด (PER)			t	Sig
	สัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (B)	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)	สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปรับมาตรฐาน (Beta)		
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.678	0.302		5.556	0.000*
ความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน (COM)	0.612	0.069	0.721	8.901	0.000*
F = 79.23	P = 0.000	R ² =0.721	Adjusted R ² = 0.514		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการทดสอบผลกระทบของความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขันส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย (COM) ($\beta = 0.612$, $p < 0.05$) โดยมีค่า Adjusted R² = 0.514 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₅

ดังนั้น จากการทดสอบดังกล่าวจึงสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$COM = 0.573 + 0.337BIM + 0.013PRO + 0.162TEC + 0.380SUS + e$$

$$PER = 1.678 + 0.612COM + e$$

อภิปรายผล

ผลกระทบของความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างแบรนด์ ด้านการตลาดยั่งยืน มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน เนื่องจาก การสร้างแบรนด์ จะช่วยให้ลูกค้าจดจำในสินค้า หากแบรนด์มีจุดเด่นดึงดูดใจ จะช่วยให้จดจำได้ง่าย ประกอบกับหากที่ค้าที่ผลิตเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีตราสินค้าที่โดดเด่น ทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายเมื่อต้องการกลับไปซื้อซ้ำ เกิดความภักดีต่อสินค้า เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับ Shahbaz, M. S. et al. (2022) การสร้างแบรนด์ส่งผลให้เกิดความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน และ Elgarhy, S. D., & Abou-Shouk, M. (2023) การออกแบบผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงเทคนิคการส่งเสริมการขายที่สร้างสรรค์ และโครงสร้างราคา มีผลต่อความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน ปริสุทธิ รัตนมhawงศ์ และคณะ (2564) คุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน เพราะเมื่อผู้บริโภคพึงพอใจในสินค้า จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ หากมีตราสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและเกิดความจงรักภักดี เกิดความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน และความสามารถทางการตลาดเชิง

กลยุทธ์ ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับตัวทางเทคโนโลยี ไม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน อาจขึ้นกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น กลยุทธ์การสร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ภาวนา สายชู (2554) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความแตกต่างกันที่หลายหลายขึ้นกับลักษณะต่าง ๆ ประกอบด้วย สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างกลยุทธ์ที่เป็นเอกลักษณ์ การสร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง การตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่ยืดหยุ่น การสร้างความแตกต่าง ซึ่งต้องขึ้นกับสภาพแวดล้อมภายในภายนอก ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการปฏิบัติงานไม่ได้ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อาจต้องขึ้นกับปัจจัยอื่น ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น

ผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลกระทบต่อผลลัพธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย เนื่องจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการส่งเสริมให้ธุรกิจใช้กลยุทธ์ และปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดีขึ้น เช่น การเชื่อถือในตราสินค้า การเติมเต็มความต้องการลูกค้า ภาพลักษณ์การดำเนินงานทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มากขึ้น สอดคล้องกับ Chuwiruch, N. et al. (2016) ผลกระทบกลยุทธ์นวัตกรรมทางการตลาดในแต่ละมิติ มีผลต่อผลลัพธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ธุรกิจมีผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดีขึ้น ได้แก่ ความเชื่อถือในตราสินค้า การเติมเต็มความต้องการลูกค้า ภาพลักษณ์ทางการตลาด ตลอดจนผลการดำเนินงานทางการตลาด และสอดคล้องกับ ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2562) พบว่า ศักยภาพทางการตลาดด้านคู่แข่งเชิงพลวัตมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดผลลัพธ์ทางการตลาด โดยสรุปการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างแบรนด์ ด้านการตลาดยั่งยืน มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาด การเชื่อถือในตราสินค้า จะช่วยในการเติมเต็มความต้องการของลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าจดจำ เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าและบริการทำให้เกิดการซื้อซ้ำก่อให้เกิดความยั่งยืนซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีทางการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลลัพธ์ผลการดำเนินงานทางการตลาดเป็นตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ ความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างแบรนด์ ด้านการตลาดที่ยั่งยืนโดย การพัฒนาออกแบบตราสินค้าให้ดึงดูดใจ จดจำได้ จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ และจงรักภักดีต่อสินค้า เกิดการซื้อซ้ำ เพิ่มมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดส่งผลให้ยอดขายหรือรายได้เพิ่มขึ้นเกิดผลลัพธ์ทางการตลาดเป็นตามเป้าหมายที่กำหนด



2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาการศึกษาความสามารถทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ กับประสิทธิผลการทำงาน ซึ่งตัวแปรเหล่านี้อาจช่วยให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดและอาจศึกษาสถิติอื่น ๆ เช่นทำการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างธุรกิจต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ข้อมูลเฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2566). สถิติข้อมูลโรงงาน. <https://www.diw.go.th/webdiw/static-fac/>
- ฉัตรชัย อินทสังข์, ประทานพร จันทร์อินทร์ และปรกรณ์ สัจจงพงษ์. (2562). ศักยภาพทางการตลาดด้านคู่แข่งชั้นเชิงพลวัตและผลการดำเนินงานทางการตลาด: การวิจัยเชิงประจักษ์ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 58-90.
- ชิดกมล เครือทิม และฐิติมา ไชยะกุล. (2567). ความสามารถทางการตลาดและความสามารถด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 17(2), 84-111.
- เนตร์ศิริ เรืองอริยภักดิ์, อดุลยรัตน์ แจ่มเล็ก, เรวัตี กล้าโชติชัย, ศศวิมล วิจารณ์จิตร, รอยพิมพ์ เล้าตระกูล, ภาสกร จันทร์พยอม และ ไอยรัชชา ออมพิพัฒน์. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ต่อความสามารถทางการแข่งขันของสายการบิน ท่าอากาศยานดอนเมืองประเทศไทย. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 8(3), 486-498.
- ปรีสุทธิ์ รัตนมawangศ์, ศิริพร สัจจามันท์, สุกตรางู จันทนะศิริ และชลกนก โฆษิตคณิน. (2564). ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกลยุทธ์ทางการแข่งขันและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเทศคอนโดมิเนียม (อาคารชุด). *วารสารจันทร์เกษมสาร*. 27(2), 373-389.
- พงศ์ศิริ คำขันแก้ว, พัทธภรณ์ ลิ้มปึงคนันต์, ธรรมบุญ พ่อคำทอง และสุกฤษฎ์ ลิ้มโพทอง. (2566). อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และการรับรู้ความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเมืองรองกลุ่มภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 7(2), 63-78.
- ภาวนา สายชู. (2554). *คู่มือสำหรับนักบริหารและนักศึกษาปริญญาโท*. ออฟเซ็ท.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2552). *การวิจัยการตลาดและระบบสารสนเทศทางการตลาด*. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศุภกร กรบุญตรีโต. (2567). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567-2569: อุตสาหกรรมอาหารพร้อมทาน*. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/ready-to-eat-food/io/io-ready-to-eat-food-2024-2026>



- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. John Wiley and sons.
- Berdie, D. R., Anderson, J. F., & Niebuhr, M. A. (1986). *Questionnaires: design and use*. Scarecrow Press.
- Chuwiruch, N., Jhundra-Indra, P., & Boonlua, S. (2016). An empirical investigation of marketing innovation strategy of travel agency businesses in Thailand. *BU Academic Review*, 15(2), 129-143.
- Cronbach, L. J. (1975). Five decades of public controversy over mental testing. *American Psychologist*, 30(1), 1–14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.30.1.1>
- Dahmiri, D., Junaidi, J., Johannes, J., Yacob, S., and Indrawijaya, S. (2024). The impact of market orientation on marketing performance: Exploring the moderating role of competitive advantage. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 164–174.
- Elgarhy, S. D., & Abou-Shouk, M.. (2023). Effects of entrepreneurial orientation, marketing, and innovation capabilities, on market performance: the mediating effect of sustainable competitive advantage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(6), 1986–2004. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0508>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. & Tatham, R. (2006) *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kaplan. & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance, *Harvard Business Review*. 70(1), 71-79.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Management: Analysis Planning Implementation and control* (13th ed). Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Likert, R. (1967) *New patterns of management*. McGraw-Hill.
- Poter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
- Shahbaz, M. S., Javaid, M., Kazmi, S. H. A. & Abbas, Q. (2022). Marketing advantages and sustainable competitiveness through branding for the supply chain of Islamic country. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1479–1491. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0094>
- Vorhies, D. & Morgan, N. (2005). Benchmarking marketing capabilities for sustained competitive advantage. *Journal of Marketing*, 69(1), 80-94.



**ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสำนักงานบัญชี :
กรณีเปรียบเทียบสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ
ในภาคใต้ของประเทศไทย**

Factors Influencing Service Quality: A Comparison of Certified and Non-Certified
Accounting Firms in Southern Thailand

บุณฑริกา ไจกระจาง¹ รุสมีน สาอิ² ไชนับ หะยียาการิยา² และอารีสา สิบู่²

Buntarika Jaikrajang, Rusmeen Sa-ei, Sainab Hayeeyakariya, and Arrisa Sibuu

e-mail: buntarika.j@psu.ac.th

(Received: 2025-08-29 ; Revised: 2025-11-15 ; Accepted: 2025-11-28)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในภาคใต้ของประเทศไทย สำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างและสำหรับสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ มีผู้ตอบแบบสอบถาม 105 แห่ง (ร้อยละ 55.9) เป็นสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรอง 12 และ 93 แห่ง ตามลำดับ กิจกรรมมีประเภทและอายุกิจการแตกต่างกันอย่างมีสาระสำคัญ สำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองมีสัดส่วนกิจการเจ้าของเดี่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 54.8) มีอายุกิจการน้อยกว่า 10 ปี ในขณะที่สำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพทั้งหมดเป็นนิติบุคคลและอายุกิจการมากกว่า 10 ปี ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้ Independent Sample t-test พบว่าปัจจัยด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกันอย่างมีสาระสำคัญ โดยเฉพาะปัจจัยย่อยด้านการรับรองคุณภาพ สำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองมองว่าการได้รับการรับรองคุณภาพจะส่งผลต่อคุณภาพบริการมากกว่า (ค่าเฉลี่ย 3.52 และ 3.97 ตามลำดับ) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นการตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับการรับรองคุณภาพที่จะยกระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีซึ่งจะเป็นประโยชน์ในเชิงนโยบายในการกำหนดมาตรการสนับสนุนการเข้าประเมินเพื่อรับรองคุณภาพของสถานประกอบการต่อไป

¹ อาจารย์ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

² นักศึกษา หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

¹ Lecturer, Accounting Program, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

² Student, Accounting Program, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ สำนักงานบัญชีคุณภาพ ภาคใต้ของประเทศไทย

ABSTRACT

This study aimed to examine the general characteristics of accounting firms and compare the factors influencing service quality between certified and non-certified firms in southern Thailand. The sample included all certified accounting firms, while non-certified firms were selected using multistage sampling. Data were collected through an online questionnaire, yielding 105 responses with a response rate of 55.90 percent, consisting of 12 certified and 93 non-certified firms. The results indicated significant differences in business type and operational age. Most non-certified firms were sole proprietorships operating for less than 10 years, whereas certified firms were predominantly juristic entities with more than 10 years of operation. The perceived factors influencing service quality were rated at high to very high levels. An independent-samples t-test revealed a statistically significant difference only in the dimension of compliance with standard operating procedures (SOPs). Specifically, non-certified firms perceived that adopting quality-enhancement practices could improve their service quality ($\bar{x} = 3.52$ and 3.97 , respectively). These findings suggest an increasing awareness of the importance of obtaining quality certification as a means to enhance service quality among accounting firms. This insight is valuable at the policy level, as it supports the development of measures to encourage firms to participate in quality-certification assessments in the future.

Keywords: service quality, quality accounting firm, southern Thailand

บทนำ

การจัดทำบัญชีให้ถูกต้องทำให้กิจการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้ในขณะที่ยังคงปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไปและกฎหมายภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามจากปัญหาหรือกรณีที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการทำบัญชียังคงเป็นประเด็นที่มีอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากสถิติของบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (2568) พบว่าจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยเป็น SMEs ประมาณร้อยละ 99.5 หรือประมาณ 2,000,000 ราย ซึ่งมีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างมากด้วยศักยภาพการจ้างงานแก่คนในประเทศโดยธุรกิจ SMEs รองรับการทำงานประมาณร้อยละ 70 ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่ผลิตขายในประเทศร้อยละ 70 และส่งออกร้อยละ 30 ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญด้านการจัดเก็บรายได้ภาษีธุรกิจและพยายามกระตุ้นด้วยมาตรการต่าง ๆ เพื่อนำธุรกิจ SMEs เข้าสู่ระบบภาษี ในเบื้องต้นได้มีการส่งเสริมด้านการจัดทำบัญชีให้มีความถูกต้อง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567) ด้วยเล็งเห็นว่าเจ้าของกิจการอาจไม่มีความรู้ทางบัญชี หรือ



มีเจตนาทำบัญชีไม่ถูกต้องรวมถึงมีการใช้บริการสำนักงานบัญชีในขณะที่มีการให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนมีการทำบัญชีสองเล่มมาโดยตลอด รวมถึงการขาดประสิทธิภาพของการใช้ข้อมูลและการจัดทำข้อมูลบัญชียากต่อการนำมาใช้ในการปฏิบัติทางการเงินเพื่อประเมินความเสี่ยงของธุรกิจ ทำให้เกิดการตัดสินใจที่ไม่ดีซึ่งนำไปสู่โอกาสที่จะเกิดการเลิกกิจการสูง (พัฒน์ดี บุญญานุพงศ์ และคนอื่น ๆ, 2564)

นอกจากนี้ด้วยขนาดกิจการของ SMEs ที่อาจไม่มีความคุ้มค่าเชิงต้นทุนหากต้องจ้างพนักงานบัญชีประจำ SMEs ในประเทศไทยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำบัญชีและยื่นเสียภาษีจากสำนักงานบัญชี สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทและความสำคัญของสำนักงานบัญชีในการให้คำแนะนำให้กิจการซึ่งหมายรวมถึง SMEs ต่าง ๆ จัดทำบัญชีเล่มเดียวทั้งใช้ในการบริหารงานและเพื่อเป็นหลักฐานในการเสียภาษีอากร ทั้งนี้ตั้งแต่ต้นปี 2560 เป็นต้นมารัฐบาลได้ประกาศโครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs จัดแจ้งบัญชีเดียวกับกรมสรรพากรเพื่อใช้ในการบริหารและยื่นแสดงรายได้ต่อกรมสรรพากร (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2561) เพื่อสอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ได้ตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการปฏิบัติทางการบัญชีของ SMEs ของประเทศจึงได้มีแนวคิดการประเมินสำนักงานบัญชีคุณภาพขึ้นมาในปี เพื่อพัฒนาคุณภาพของงานบัญชีให้มีมาตรฐานในการปฏิบัติงานด้านบัญชีที่สอดคล้องกับมาตรฐานการ 2557บัญชีที่ต้องปฏิบัติตาม (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568ก) อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลล่าสุดของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ปี 2564 พบว่าทั่วประเทศมีสำนักงานบัญชีคุณภาพเพียง 153 แห่ง แม้ว่าระบบการรับรองสำนักงานบัญชีคุณภาพจะมีการประกาศใช้มากกว่า 10 ปีแล้วก็ตาม และในจำนวนนี้มีสำนักงานบัญชีคุณภาพที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใต้เพียง 18 แห่ง หรือร้อยละ 4.93 ของสำนักงานบัญชีทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568ข) สถานการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับประโยชน์ที่สำนักงานบัญชีได้รับการรับรอง ทั้งด้านการบริหารจัดการธุรกิจและการยกระดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า งานวิจัยนี้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นสำนักงานบัญชีในภาคใต้ เนื่องจากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2568 ระบุว่าภาคใต้มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 478,097 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.75 ของ SMEs ทั้งประเทศ ซึ่ง SMEs ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสำนักงานบัญชี ในขณะเดียวกันข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าระบุว่าภาคใต้มีสำนักงานบัญชีเพียง 365 แห่ง ส่งผลให้เกิดสัดส่วนความต้องการใช้บริการของ SMEs ต่อจำนวนสำนักงานบัญชีในระดับภูมิภาคที่ค่อนข้างสูง

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบเชิงประจักษ์ด้านคุณภาพการให้บริการระหว่างสำนักงานที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพในระดับภูมิภาคโดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ที่มีความหลากหลายทางเศรษฐกิจ ในขณะที่การเข้ารับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพยังมีความจำกัด การศึกษานี้จึงมีความจำเป็นในการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเข้ารับการรับรองมาตรฐานสำนักงานบัญชีคุณภาพและเสนอแนวทางเชิงนโยบายในการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพบัญชีให้เป็นไปอย่างทั่วถึงต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

มาตรฐานสำนักงานบัญชีคุณภาพ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2568ค) ได้ให้คำนิยามสำนักงานบัญชีคุณภาพว่าสำนักงานบัญชีที่มีความสามารถในการให้บริการที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการทางบัญชีที่ถูกต้องและมีคุณภาพ พร้อมกับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน เป็นระบบที่มีการกำหนดนโยบาย และการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ มีการกำหนดทิศทางและควบคุมองค์กรในเรื่องคุณภาพด้านการจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานการบัญชี ซึ่งการรับรองคุณภาพ ได้ประยุกต์มาจากการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสากล (ISQC1) มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO9001:2008) เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพการบริการและการทำบัญชี เพื่อให้สามารถติดตามและพัฒนาระบบงานของสำนักงานบัญชีเพื่อสร้างความมั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบและมาตรฐานการบัญชี เพื่อพัฒนาและยกระดับสำนักงานบัญชีให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากสำนักงานบัญชีคุณภาพคือ ช่วยทำให้มั่นใจในคุณภาพของบริการบัญชีว่าได้จัดทำตามกฎหมายและมาตรฐานการบัญชีสะดวก ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย จากประสิทธิภาพของงานบริการ ได้รับการคุ้มครองในด้านคุณภาพ ความปลอดภัยในบริการบัญชี ซึ่งผู้ให้การรับรอง (สำนักมาตรฐานคุณภาพ) จะเป็นผู้ตรวจสอบ ประเมิน และติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ โดยสำนักงานบัญชีฯ จะมีบทบาทสำคัญในการให้บริการด้านบัญชีแก่ธุรกิจ โดยภาระงานหลักของสำนักงานบัญชีสามารถแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ 4 ด้านการจัดทำบัญชี คือ การให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร การตรวจสอบบัญชีและการควบคุมภายใน การให้คำปรึกษาทางการเงินและการบริหารธุรกิจ และการให้บริการด้านบัญชีเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน

ด้านกระบวนการคัดเลือกเพื่อได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2568ค) ต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดการประเมินมาตรฐานการให้บริการและคุณลักษณะผู้ทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2564 สรุปเบื้องต้นได้ 4 ด้าน ดังนี้

- ด้านการมุ่งเน้นจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน (Ethical and Responsibility) ครอบคลุมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพและปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพโดยเริ่มต้นตั้งแต่การจัดทำแผนธุรกิจและแผนการเงินเพื่อนำไปวางแผนในการจัดสรรทรัพยากร การตรวจสอบติดตามประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบตามข้อกำหนดของสภาวิชาชีพและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- ด้านประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ (Management Efficiency) เป็นมุมมองการปฏิบัติงานในระดับองค์กรด้านการบริหารจัดการทรัพยากรทั้งในด้านบุคลากร การใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน การจัดสถานที่ปฏิบัติงานที่เหมาะสม การอบรมและพัฒนาบุคลากร รวมถึงการตรวจสอบ/ตรวจทานผลงานก่อนส่งมอบให้ลูกค้า



- ด้านความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ (Professionalism in Service) เป็นมุมมองการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพตามทักษะและความเชี่ยวชาญ มีการปฏิบัติงานตามที่ระบุในสัญญา กำหนดค่าธรรมเนียมด้วยความเป็นธรรม เป็นต้น
- ด้านการตรวจสอบและติดตามที่มีประสิทธิภาพ (Effective Monitoring and Tracking) เน้นด้านกระบวนการตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อระบุผล/ประสิทธิภาพรวมถึงข้อจำกัดหรือปัญหาเพื่อนำไปสู่การแก้ไขอย่างเป็นระบบ

แนวคิดการวัดคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีตามแนวคิดของ Parasuraman et al. (1985) หมายถึง การประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าเป็นการให้บริการที่มีคุณภาพ SERVQUAL Model ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือความรวดเร็ว กระตือรือร้น ติดตามความคืบหน้าของงานได้ทันเวลา ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) การให้บริการจากพนักงานที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญ สามารถตอบปัญหาหรือขอจัดปัญหาได้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) คือการดูแลและการให้บริการด้วยความเอาใจใส่เป็นกันเอง แจกแจงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ (Tangibles) คือคุณภาพที่จับต้องได้สะท้อนได้จากสภาพแวดล้อมของสำนักงานบัญชีที่มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม เดินทางสะดวก มีสำนักงานบัญชีเป็นหลักแหล่ง สะอาดเรียบร้อย อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านความน่าเชื่อถือของธุรกิจ (Reliability) คือการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพและมีมาตรฐานการปฏิบัติงานสะท้อนให้เห็นจากการให้บริการที่ถูกต้องไม่ผิดพลาด สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้จริง เก็บความลับของลูกค้าและสามารถนำข้อมูลทางด้านบัญชีมาใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดคุณภาพบริการตาม SERVQUAL model มาบูรณาการเกณฑ์การวัดเพื่อรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2568ค) และสะท้อนสมรรถนะนักบัญชีในยุคดิจิทัล สามารถจัดกลุ่มและแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีออกเป็น 4 ด้าน คือ

1) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดคุณภาพบริการด้านภาพลักษณ์ (Tangible) และการวัดคุณภาพด้านประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในมุมมองเครื่องมือและอุปกรณ์ของสำนักงานบัญชี โดยสำนักงานฯ มีการใช้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชีตลอดจนมีการจัดการระบบข้อมูลที่เป็นระบบ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้การทำงานรวดเร็วในการปฏิบัติงานเกิดความน่าเชื่อถือ (Reliability)

2) ด้านบุคลากร ด้วยนักบัญชีต้องมีฝึกอบรมเก็บชั่วโมง CPD ตามข้อกำหนดของสภาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง การส่งบุคลากรไปฝึกอบรมจะก่อให้เกิดความรู้ที่ทันสมัยทำให้ลูกค้าผู้เข้ารับบริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance) ตาม SERVQUAL model และการวัดคุณภาพด้านประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในมุมมองด้านบุคลากร

3) ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน สะท้อนได้จากการนำความรู้ด้านการบัญชีมาใช้ตามมาตรฐานการบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพ การรับการประเมินคุณภาพสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นได้เช่นกัน สำหรับด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานนี้สอดคล้องกับเกณฑ์การวัดคุณภาพสำนักงาน

บัญชีด้านการมุ่งเน้นจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน (Ethical and Responsibility) และด้านความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ (Professionalism in Service)

4) ด้านการบริการลูกค้า สะท้อนในด้านการให้ความใส่ใจบริการแก่ลูกค้า ตอบคำถามแก้ไขปัญหาด้านการบัญชีและบริหารธุรกิจอย่างทันท่วงที แสดงให้เห็นถึงการเอาใจใส่ (Empathy) และตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ตาม SERVQUAL model และการมุ่งเน้นจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน (Ethical and Responsibility) ด้านความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ (Professionalism in Service) และด้านการตรวจสอบและติดตามที่มีประสิทธิภาพ (Effective Monitoring and Tracking) ตามเกณฑ์การวัดคุณภาพสำนักงานบัญชี ตามลำดับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสำนักงานบัญชีที่สอดคล้องกับ SERVQUAL model แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (การใช้ซอฟต์แวร์บัญชีและระบบการจัดการข้อมูล) ด้านบุคลากร (การอบรมและพัฒนา) ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน และด้านการบริการลูกค้า

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

1) การใช้ซอฟต์แวร์บัญชี

งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพ คือการบริหารจัดการ การบริหารการเงิน และการจัดการอุปกรณ์ และเทคโนโลยี (วิชุดา นาคเถื่อน และคนอื่น ๆ, 2566) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพสร ทานะชั้น และดารณี เอื้อชนะจิต (2564) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ด้านทัศนคติ ความคาดหวังต่อประสิทธิภาพของระบบซอฟต์แวร์บัญชีในด้านความคาดหวังต่อประสิทธิภาพของระบบซอฟต์แวร์และความง่ายของการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์บัญชี และการเลือกใช้โปรแกรมดังกล่าวจะส่งผลต่อทักษะด้านการใช้สารสนเทศของผู้ทำบัญชี ทั้งนี้ผลการศึกษาของ หัตยา จำรูญธนสิทธิ์ และคนอื่น ๆ (2567) พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีคุณภาพในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี และด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตามลำดับ และให้ความเห็นว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ทำให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานใหม่ได้ ใช้ในการค้นหาข้อมูลเพื่อเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีทำให้มีความรู้ในการทำบัญชี รวมถึงสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการปฏิบัติงานทางการบัญชี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมลพร เดชาศุภโกศล (2566) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป Express ของสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมข้างต้นเนื่องจากเหตุผลด้านความปลอดภัย ด้านราคา ด้านลักษณะการทำงาน ด้านขีดความสามารถ ด้านผู้ผลิตและผู้จำหน่าย และด้านบริการหลังการขาย ตามลำดับ จากผลการศึกษาชี้ไปในทางเดียวกันถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นเป็นไปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ



ด้านการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพจะมีความแตกต่างกัน จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1.1: คุณภาพการบริการด้านการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความแตกต่างกัน

2) ระบบการจัดการข้อมูล

ผลจากการวิจัยของ ธารินทร์ ใจเอื้อพลสุข และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์ (2563) พบว่าการจัดการเอกสารของสำนักงานเป็นปัจจัยระบบคุณภาพสูงสุดที่หัวหน้าสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญร่วมกับด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการจัดการทรัพยากร และด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี และด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี ทั้งนี้จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย นอกจากนี้จากผลการศึกษาของ จินดา จอกแก้ว (2564) ยังเป็นไปในทางเดียวกันโดยพบว่าการจัดการด้านเอกสารของสำนักงานบัญชีเป็นหนึ่งในแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำนักงานบัญชีในเขตพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งจะนำไปสู่การเลือก/ไม่เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เนื่องจากการรักษาความลับของลูกค้าและของตนเองเป็นไปตามกฎหมายและการติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างยิ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิรวิทย์ จุลพงษ์สกุล (2564) ที่พบว่าคุณภาพการปฏิบัติงานและมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดเก็บเอกสารของสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความต้องการในระดับมากที่สุด จากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1.2: คุณภาพการบริการด้านระบบการจัดการข้อมูลของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความแตกต่างกัน

ด้านบุคลากร

จากการศึกษาบทวิจัยของ รัฐพงศ์ กาพย์เกิด และคนอื่น ๆ (2563) พบว่าผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีควรมีความรู้ด้านภาษีอากรที่ครอบคลุม ทั้งภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีหัก ณ ที่จ่าย รวมถึงความรู้เกี่ยวกับระบบ e-Tax และการใช้ Tax Mapping เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งความรู้เหล่านี้จะเกิดมาจากการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสม เน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะที่แท้จริง ผลการประเมินพบว่าผู้เข้าอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรในระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายภาษีอากรและความต้องการของนักบัญชีในปัจจุบัน ในขณะที่ อมรรัตน์ บุรณะพล และปวีณา คำพุกกะ (2561) พบว่าการฝึกอบรมของนักบัญชีส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายงานการเงินของโรงพยาบาลในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ช่วยเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ ที่ส่งเสริมความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของรายงานการเงิน ที่ช่วยให้การปฏิบัติงานมีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน

ดังนั้นจากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H2: คุณภาพการบริการด้านฝึกอบรมและพัฒนาของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความแตกต่างกัน

ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน

สรศักดิ์ ธนนไชย (2551) ได้ศึกษาการวัดทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่าพนักงานบัญชีควรมีการส่งเสริมทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานอยู่ในระดับมาก เพราะทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน สามารถนำมาปฏิบัติงานได้จริง ทั้งนี้ในวิชาชีพบัญชียุคใหม่ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical and Functional Skills) ประกอบด้วย ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี โปรแกรม Microsoft Office การสืบค้นข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ความชำนาญทางตัวเลข (ด้านคณิตศาสตร์และสถิติ) ส่งผลต่อความสามารถจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงิน การปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานยังหมายถึงความสามารถจัดทำรายงานและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ กฎหมาย ที่กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง และความรู้และความเข้าใจในเรื่อง มาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิรวิทย์ จุลพงษ์สกุล (2564) ต้องการในระดับมากที่สุดโดยเฉพาะในด้านความโปร่งใส อิสระเที่ยงธรรม ซื่อสัตย์สุจริต ด้านการให้บริการและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ความรู้ความสามารถและความรับผิดชอบต่อผลงาน การดูแลทรัพย์สินลูกค้าและจัดสรรทรัพยากรในการปฏิบัติงาน รวมถึงด้านการติดตามและตรวจสอบ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับจรรยาบรรณของนักบัญชี ดังนั้นจากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H3: คุณภาพการบริการด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบัญชีของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความแตกต่างกัน

ด้านการบริการลูกค้า

ผลจากการวิจัยของ พลฤกษา แก้วสาร และนภดล พันธุ์พาณิชย์ (2563) พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากรองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพล ภูตะโชติ (2566) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้ว ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการหลายอย่างซึ่งได้แก่ ความพร้อมของผู้ให้บริการ ความพร้อมของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการ คือต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงานจะต้องมีความรู้ในเรื่องของงานเป็นอย่างดี และพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันทีที่ความกระตือรือร้น เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัวและมีชีวิตชีวาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ ดังนั้นผู้ที่ทำงานนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในเรื่องการทำงาน มีความตั้งใจในการทำงาน ใฝ่ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน และตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนาสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา คือ ความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ เห็นคุณค่าของบริการที่เขาได้รับจากคำ นิยามของ



คุณภาพการให้บริการสรุปได้ว่า คุณภาพของการให้บริการ หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง ซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึกคุ้มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี และสอดคล้องกับ วรางคณา ลายประจักษ์ และพรทิศา แสงเขียว (2567) คุณภาพการให้บริการทางบัญชีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในมุมมองคุณภาพการให้บริการทางบัญชีด้านความน่าเชื่อถือของด้านราคา ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านกระบวนการ รวมถึงด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ดังนั้นจากงานวิจัยข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H4: คุณภาพการบริการด้านการให้บริการลูกค้าของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในภาคใต้ของประเทศไทยจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2568) ในปี 2568 จำนวนทั้งสิ้น 365 แห่ง กำหนดกรอบประชากรเป็นสำนักงานบัญชีในภาคใต้โดยใช้เกณฑ์สัดส่วนจำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับประชากรเป้าหมายจึงใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) ซึ่งเป็นสูตรที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีประชากรมาก จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 188 แห่ง และจากจำนวนสำนักงานบัญชีในภาคใต้จำนวน 365 แห่ง แบ่งออกเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ 18 แห่งและที่เหลือเป็นสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพ 347 แห่ง ดังนั้นเพื่อให้มีขนาดตัวอย่าง 188 แห่ง งานวิจัยใช้จำนวนสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองคุณภาพในภาคใต้ทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง (18 แห่ง) และกลุ่มตัวอย่างที่เหลือ 170 แห่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น (Multistage Sampling) ขั้นที่ 1 หาสัดส่วนจำนวนสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองของแต่ละจังหวัดต่อจำนวนสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพทั้งหมด ขั้นที่ 2 นำสัดส่วนที่คำนวณได้คูณด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บเพิ่ม 170 แห่ง รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นที่รวบรวมข้อมูล 188 แห่ง โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเข้า/คัดออก คือ ขนาดของสำนักงานบัญชีต้องเป็นสำนักงานบัญชีที่มีพนักงานประจำมากกว่า 5 คนและดำเนินงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์พัฒนาและดัดแปลงจากงานวิจัยในอดีต (ชลิดา ลั่นจี และคนอื่น ๆ, 2566; ธารรินทร์ ใจเอื้อพลสุข และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์, 2563; วชิรวิทย์ จุลพงษ์สกุล, 2564) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและสำนักงานบัญชี ส่วนที่ 2 ระดับความ

คิดเห็นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านบุคลากรและด้านการปฏิบัติตามมาตรฐาน และส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นด้านการให้บริการลูกค้า

ลักษณะการให้บริการประกอบด้วยข้อคำถามที่ให้เลือกตอบประกอบด้วยคำตอบในการแบ่งระดับคะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 6 ระดับความสำคัญ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) ไม่เห็นด้วย (0) มีค่าเฉลี่ยระหว่างอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.83

แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจ IOC โดยมีคะแนนรวมจากผู้เชี่ยวชาญเท่ากับ 69 คะแนน ทหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนั้นได้ค่า IOC เท่ากับ 0.96 ซึ่งมีความมากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสอบถามมีความถูกต้องเที่ยงธรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยมีการทดสอบการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่าคุณภาพการให้บริการทั้ง 4 ด้านมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟายู่ระหว่าง 0.782-0.851 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al. (2006) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่า 0.70 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพ สามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากวารสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบ Google form ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS ใช้สถิติเชิงพรรณนา (ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและสำนักงานบัญชี และสถิติเชิงอนุมาน (ไคร้สแคว์ และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย Independent Sample t-test) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 105 คนหรือร้อยละ 55.9 แบ่งเป็นผู้ตอบจากสำนักงานบัญชีคุณภาพ 12 คนและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ 93 คนหรือร้อยละ 66.7 และร้อยละ 54.7 ของกลุ่มตัวอย่างสำนักงานบัญชีแต่ละประเภท ตามลำดับ ส่วนใหญ่เพศหญิง 76 คน (ร้อยละ 72.4) มีอายุต่ำกว่า 40 ปี (78 คนหรือร้อยละ 74.2) เกือบทั้งหมดมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (82 คนหรือร้อยละ 78.1) และด้วยข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ทำบัญชีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสำเร็จการศึกษาสูงสุดด้านการบัญชี เกือบ 2 ใน 3 ของผู้ตอบมีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 10 ปี (72 คนหรือร้อยละ 68.6) และมี 17 คนมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปี ประเภทกิจการของสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความแตกต่างกันอย่างมีสาระสำคัญ ($\chi^2 = 28.288, p=0.000$) ธุรกิจเป็นสำนักงานบัญชีเจ้าของคนเดียวมากที่สุด (60 แห่งหรือร้อยละ 57.1) รองลงมาคือบริษัท (29 แห่งหรือร้อยละ 27.6) และห้างหุ้นส่วนจำกัด (16 แห่งหรือร้อยละ 15.2) ตามลำดับ ประมาณครึ่งหนึ่งของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมีสัดส่วนเงินทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท (51 แห่งหรือร้อยละ 54.4) ส่งผลให้เมื่อเปรียบเทียบขนาดกิจการ



เมื่อวัดจากทุนจดทะเบียนของสำนักงานบัญชีทั้ง 2 กลุ่มจึงแตกต่างกัน ($\chi^2 = 41.551$, $p=0.000$) อายุกิจการของสำนักงานบัญชีทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกัน ($\chi^2 = 10.616$, $p=0.014$) สัดส่วน 2 ใน 3 ของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพมีอายุกิจการน้อยกว่า 10 ปี (68 แห่งหรือร้อยละ 73.1) ประเภทธุรกิจของลูกค้าหลักของทั้งสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพเป็นบริษัท (58 แห่งหรือร้อยละ 55.2) รองลงมาเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว (36 แห่งหรือร้อยละ 34.3) และห้างหุ้นส่วนจำกัด (11 แห่งหรือร้อยละ 10.5) ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

	ได้รับการรับรอง (N=12)	ไม่ได้รับการรับรอง (N=93)	Chi-square
ประเภทกิจการ			28.288***
กิจการเจ้าของคนเดียว		60 (57.1)	
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	1 (8.3)	15 (16.1)	
บริษัท	11 (91.7)	18 (19.4)	
ทุนจดทะเบียน (บาท)			41.551***
$\leq 1,000,000$	3 (25)	51 (54.8)	
1,000,001-2,000,000	2 (16.7)	30 (32.3)	
2,000,001-5,000,000	2 (16.7)	12 (12.9)	
$> 5,000,000$	5 (41.7)		
อายุกิจการ			10.616*
≤ 4 ปี		37 (39.8)	
5-10 ปี	4 (33.3)	31 (33.3)	
11-15 ปี	3 (25)	12 (12.9)	
> 15 ปี	5 (41.7)	13 (14.0)	
ประเภทกิจการของลูกค้า (เฉพาะอันดับ 1)			0.086
กิจการเจ้าของคนเดียว	4 (33.3)	32 (34.4)	
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	1 (8.3)	10 (10.8)	
บริษัท	7 (58.3)	51 (54.8)	

หมายเหตุ: จำนวน (ร้อยละของแต่ละประเภทสำนักงาน)

* $p \leq 0.05$, *** $p \leq 0.000$

ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี

จากข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านการให้บริการ พบว่าสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองฯ มีทิศทางความเห็นด้านคุณภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในมุมมองด้านการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.98 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านระบบการจัดการข้อมูลสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ในขณะที่สำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองมีค่าเฉลี่ยความเห็นในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ ทั้งนี้สำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองและไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานการบัญชีมีระดับความเห็นในระดับมากที่สุดด้านอบรมและพัฒนาบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.23 และ 4.24 ตามลำดับ) ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพ แม้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ ระดับความคิดเห็นด้านการให้บริการลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย 2.50 และ 3.35) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับและได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

	ได้รับการรับรอง (N=12)			ไม่ได้รับการรับรอง (N=93)		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ						
การใช้ซอฟต์แวร์บัญชี	3.92	0.895	มาก	3.98	0.666	มาก
ระบบการจัดการข้อมูล	4.13	0.814	มาก	4.19	0.632	มากที่สุด
ด้านการให้บริการด้านบุคลากร	4.23	0.559	มากที่สุด	4.24	0.695	มากที่สุด
ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน	4.08	0.894	มาก	4.25	0.753	มากที่สุด
ด้านการให้บริการลูกค้า	4.13	0.715	มาก	4.30	0.709	มากที่สุด

การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านบุคลากร ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน และด้านการให้บริการลูกค้าของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ ใช้วิเคราะห์ Independent Sample t-test พบว่าเฉพาะด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานเท่านั้นที่ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นด้านการให้บริการแตกต่างกัน ($t=-2.226$, $p=0.028$) อย่างมีสาระสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.52 และ 3.97 ตามลำดับ) แม้จะมีค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการในระดับมาก แต่สำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองคุณภาพมีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าสำนักงานที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพอย่างมีสาระสำคัญ (ตารางที่ 3)



ตารางที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองสำนักงานบัญชีคุณภาพในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

คุณภาพการให้บริการ	N1, N2	$\bar{x}$ (SD)	t-value
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ			
การใช้ซอฟต์แวร์บัญชี	12, 93	3.92 (0.76), 3.98 (0.54)	-0.295
ระบบการจัดการข้อมูล	12, 93	4.13 (0.74), 4.19 (0.55)	-0.358
ด้านบุคลากร			
การอบรมและพัฒนา	12, 93	4.23 (0.39), 4.24 (0.55)	-0.078
ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน	12, 93	3.52 (0.63), 3.97 (0.66)	-2.226*
ด้านการให้บริการลูกค้า	12, 93	4.13 (0.60), 4.30 (0.59)	-0.982

N1=สำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองคุณภาพ N2 = สำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพ *p<= 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ (ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านบุคลากร ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน และด้านการให้บริการลูกค้า) ตาม SERVQUAL model (Parasuraman et al., 1985) ของสำนักงานบัญชีที่ได้รับ (12 แห่ง) และไม่ได้รับการรับรอง (93 แห่ง) เป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพที่เขตพื้นที่ภาคใต้ใช้การวิเคราะห์ Independent Sample t-test

ผลการเปรียบเทียบพบว่าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งสะท้อนคุณภาพบริการด้านภาพลักษณ์ (Tangible) ตาม SERVQUAL model ในมุมมองด้านการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีและระบบการจัดการข้อมูลค่าเฉลี่ยที่ไม่มีความแตกต่างกันและมีความคิดเห็นในระดับมากและมากที่สุด ผลการศึกษาปฏิเสธสมมติฐาน H1.1 และ H1.2 ที่ว่าคุณภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมีความแตกต่างกัน แสดงให้เห็นถึงความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักงานบัญชีทั้งที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพ เนื่องจากสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสมรรถนะพื้นฐานที่สำนักงานบัญชีในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องใช้เพื่อความอยู่รอดและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ วิชุดานาคเถื่อน และคนอื่น ๆ (2566) ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพ ได้แก่ วิธีการบริหารจัดการ การบริหารทางการเงิน และการจัดการด้านอุปกรณ์ และเทคโนโลยีตามลำดับ ซึ่งปัจจุบันพบว่าทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีคุณภาพในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด (หัตถยา จำรูญธนสิทธิ์ และคนอื่น ๆ, 2567) โดยเฉพาะด้านการใช้อินเทอร์เน็ต การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ทั้งนี้อาจเนื่องจากการความพร้อมด้านการเงินและการเข้าโปรแกรมบัญชี (อรัญญา จินาชาญ และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล, 2559) รวมถึงในปัจจุบันสำนักงานบัญชีฯ ตระหนักถึงการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำเสนอบริการที่หลากหลายและมีคุณภาพสูงขึ้น ทำให้นักบัญชีเปลี่ยนจากผู้ถือข้อมูลมาเป็นที่ปรึกษาเชิงกลยุทธ์ขององค์กร (Tulvinschi, 2023)

เมื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการในมุมมองด้านบุคลากรของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพ พบว่าทั้ง 2 สำนักงานบัญชีมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นคุณภาพบริการด้านการอบรมและพัฒนาบุคลากรไม่แตกต่างกันทางสถิติ และมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาปฏิสัมพันธ์สมมติฐาน H2 ที่ว่าคุณภาพการให้บริการด้านบุคลากรของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมีความแตกต่างกัน ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นการตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาตนเองเพื่อสร้างคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตาม SERVQUAL model และเป็นข้อกำหนดของสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ที่กำหนดให้ผู้ประกอบวิชาชีพต้องพัฒนาความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพเพื่อเป็นการรักษามาตรฐานในการประกอบวิชาชีพอย่างน้อย 12 ชั่วโมงต่อปี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลดาวัลย์ ยศธิวงศ์ (2561) ที่พบว่าบุคลากรมีความต้องการการอบรมและพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะด้านโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีและการจัดทำรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จารุวรรณ แซ่เต้า และคนอื่น ๆ (2564) ที่พบว่าทักษะวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล ด้านความรู้และความสามารถทางการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงาน เนื่องจากการมีความรู้และความสามารถทางการบัญชีจะทำให้เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญที่ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและส่งผลให้การปฏิบัติงานถูกต้องตาม ข้อกำหนดต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงนิย สวรรณโพธิ์ (2561) ที่พบว่าองค์ประกอบด้านบุคลากรที่น่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีโดยเน้นไปในเชิงความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำงานบัญชีและการให้คำปรึกษา

ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน จากความคิดเห็นสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมีความแตกต่างกันอย่างมีสาระสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะในตัวแปรย่อยการได้รับรองมาตรฐานสำนักงานบัญชีคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่ปี 2558 ระดับความเห็นของสำนักงานฯ ทั้ง 2 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และ 3.35 ตามลำดับ ผลการศึกษาปฏิสัมพันธ์สมมติฐาน H3 คุณภาพการให้บริการด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมีความแตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองที่แตกต่างของสำนักงานบัญชี โดยสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองคุณภาพอาจมองว่าการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานเป็นเรื่องพื้นฐานที่ต้องดำเนินการอยู่แล้ว จึงส่งผลต่อคุณภาพการบริการน้อย ขณะที่สำนักงานบัญชีที่ยังไม่ได้รับการรับรองคุณภาพอาจมองว่า การปฏิบัติตามมาตรฐานเป็นเครื่องมือที่จะช่วยยกระดับคุณภาพบริการจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากกว่า ผลการศึกษามีความแตกต่างจากที่ พงนิย สวรรณโพธิ์ (2561) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ ที่พบว่าการมีบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในงานด้านการบัญชีเป็นอย่างดีจะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าในระดับมาก และผลการศึกษาของ ชลิดา ลิ่นจี และคนอื่น ๆ (2566) พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านบัญชีส่งผลต่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย และการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงานสะท้อนให้เห็นคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL model) ที่วัดจากการให้ความเชื่อมั่น (Assurance) ต่อลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของธุรกิจ อย่างไรก็ตามเป็นไปได้ว่าสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมองว่าหากได้รับการรับรองฯ จะส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชี สอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตของ วิชุดา นาคเถื่อน และคนอื่น ๆ (2566) ที่พบว่าเมื่อได้รับ



การรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพส่งผลให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไร สภาพคล่องและประสิทธิภาพการดำเนินงานดีขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยธุรกิจ นอกจากนี้ จากผลการศึกษางานวิจัยเชิงพื้นที่ของ นวรัตน์ ผิวฉวน (2556) พบว่าในพื้นที่ภาคใต้มีสำนักงานบัญชีคุณภาพร้อยละ 8.05 ของจำนวนสำนักงานบัญชีทั้งหมดในพื้นที่ภาคใต้ และจากหาความสัมพันธ์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จของสำนักงานบัญชีในภาคใต้ พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการติดตามตรวจสอบ และด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างมีสาระสำคัญ

ในด้านการให้บริการลูกค้าผลจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน และมีระดับความคิดเห็นของสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพในระดับมากและมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13 และ 4.30 ตามลำดับ) ผลการศึกษาปฏิสัมพันธ์สมมติฐาน H4 ที่ว่าคุณภาพการให้บริการด้านการให้บริการลูกค้าของสำนักงานบัญชีที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมีความแตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อลูกค้าที่แสดงให้เห็นถึงการคำนึงของคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) ของ SERVQUAL model สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงนิย สุวรรณโพธิ์ (2561) ที่พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการที่มีคุณภาพสำนักงานบัญชีอย่างมีสาระสำคัญ ได้แก่ การจัดการสัญญาและการให้บริการลูกค้าที่น่าเชื่อถือ มาตรฐานการให้บริการ (ลูกค้า) ของสำนักงานบัญชี และประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nguyen et al. (2023) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีสาระสำคัญกับความจงรักภักดีของลูกค้าของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศเวียดนามครอบคลุมทุกตัวแปรใน SERVQUAL model นั่นคือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ (Tangibles) และด้านความน่าเชื่อถือของธุรกิจ (Reliability)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นการให้ความสนใจและตระหนักถึงความสำคัญของการเข้ารับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและขยายฐานลูกค้าของสำนักงานบัญชีที่ยังไม่ได้รับการรับรองคุณภาพ เนื่องจากสำนักงานบัญชีที่ยังไม่ได้รับการรับรองคุณภาพส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวและมีขนาดเล็กในขณะที่มีลูกค้าหลักเป็นบริษัท ดังนั้นเป็นไปได้ว่าในอนาคตกลุ่มสำนักงานบัญชีที่ยังไม่ได้รับการรับรองคุณภาพจะขอเข้ารับการรับรองคุณภาพ และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพด้วย SERVQUAL model พบว่าสำนักงานบัญชีทั้ง 2 ประเภทได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการในทุกมุมมอง เนื่องจากสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจที่ให้ความเชื่อมั่น ประกอบวิชาชีพโดยใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจในขณะที่มีสภานิติวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์กำกับดูแลด้านคุณสมบัติการศึกษาของผู้ทำบัญชีและการอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นตัวอย่างในการบริหารจัดการแก่สำนักงานบัญชี และใช้ในการวางแผนการส่งเสริมให้สำนักงานบัญชีเข้ารับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษาได้สะท้อนการวัดคุณภาพบริการจากมุมมองสำนักงานบัญชี อย่างไรก็ตามหลักแนวคิดคุณภาพบริการ (SERVQUAL model) จะสมบูรณ์เมื่อมีการเปรียบเทียบการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตนอกเหนือจากการขยายขอบเขตพื้นที่วิจัย ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างลูกค้าเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการในมุมมองสำนักงานบัญชีและมุมมองลูกค้าต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาเป็นงานวิจัยเพื่อสร้างโมเดลเชิงสาเหตุ (Causal Model) ที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในองค์กรด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากร และมาตรฐานวิชาชีพกับคุณภาพบริการอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มมิติทางทฤษฎี

เอกสารอ้างอิง

- กมลพร เตชาศุภโกศล (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Express ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568ก). *ข่าวกรม กรมพัฒนาธุรกิจฯ ท้าริ่ความคืบหน้าโปรเจกต์ความร่วมมือกับกรมบัญชีกลาง เสริมแกร่ง SME ไทย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความร่วมมือภาครัฐ*. กรม.
<https://www.dbd.go.th/en/news/16116062568>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568ข). *รายชื่อสำนักงานบัญชีแต่ละจังหวัด*. กรม.
<https://www.dbd.go.th/manual/1367>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568ค). *ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. ๒๕๖๔*. กรม. <https://www.dbd.go.th/data-storage/attachment/1d74254875aaf47a10ed33e4a.pdf>
- จารุวรรณ แซ่เต้า, ณัฐภูมิ ตันติเศรษฐ และวราพร เปรมพาณิชย์กุล. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับความสำเร็จในการทำงานของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(5), 21-35.
<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/3045>
- จินดา จอกแก้ว (2564). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC). *วารสารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 3(2), 82-92.
- ชลิดา ลั่นจี, พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์, สมภพ อูยานกุล และอุเทน อยู่บุญ. (2566). คุณภาพการให้บริการด้านบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 7(1), 66-78. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saujournalssh/article/view/264431/178182>



ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2561). *บัญชีเดียวคืออะไร*. ธนาคาร.

<https://sme.krungthai.com/sme/productListAction.action?command=getDetail&cateMenu=KNOWLEDGE&catelId=9&itemId=201>

ธรรินทร์ ใจเอื้อพลสุข และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธุ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, 17(1), 89-101.

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/242852>

นวรรตน์ ผิวนวล. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสำนักงานบัญชีคุณภาพพื้นที่ภาคใต้. ใน *งานประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 13 วันที่ 13 พฤษภาคม 2556* (น.3151-3168).

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

นิติพล ภูตะโชติ. (2566). *พฤติกรรมองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพสร ทานะชน และดารณี เอื้อชนะจิต (2564). การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์บัญชีของสำนักงานบัญชีไทย. *วารสารมหาจุฬานาคร ทรรศน์*, 8(11), 222-231.

บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม. (2568). *สถิติ SMEs ในประเทศไทย*. บริษัท.

https://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37

พจนีย์ สุวรรณโพธิ์. (2561). *องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการให้บริการที่มีคุณภาพของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร*. [สารนิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พัฒน์ดี บุญญานพวงศ์, นายอิมิง มาหามะ และสวัสดิ์ ไหลภากรณ์. (2564). ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 24(1), 38-61.

พฤกษา แก้วสาร และนภดล พันธุ์พานิช (2563). แนวทางการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(ฉบับเพิ่มเติม), 239-250. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/240503>

รัฐพงศ์ กาพย์เกิด, นวลละออ แสงสุข, อรไท ชั่วเจริญ และวันชัย ปานจันทร์. (2563). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบัญชีอากรสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. *วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรี รัชใช้สังคม*, 6(2), 82-99. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/DRURDI/article/view/252193>

ลดาวลย์ ยศธิวงศ์. (2561). *ความต้องการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีโรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดลำปาง*. [สารนิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2561/acc91161adwyg_full.pdf

วชิรวิทย์ จุลพงษ์สกุล. (2564). *การศึกษาองค์ประกอบคุณภาพของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย*. [สารนิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://search.app/638UcecRxvUTnPMR8>

- วรารงค์ ลายประจักษ์ และพรทิวา แสงเขียว. (2567). คุณภาพการให้บริการทางบัญชีและประสิทธิภาพการ
จัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสาร
Roi Kaensarn Academi*, 9(7), 657-671.
- วิชุดา นาคเถื่อน, พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และเกียรติชัย วีระญาณนนท์. (2566). การศึกษาผลการดำเนินงานของ
สำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารศิลปการจัดการ*, 7(4), 1644-1662.
- สรศักดิ์ ธนนไชย. (2551). *การวัดทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชี ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน.
[วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
<https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:110436>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). *แผนสนับสนุน SMEs ปี 2564-2565*. สำนักงาน.
<https://www.sme.go.th/uploads/file/download-20210820091040.pdf>
- หัตยา จำรูญธนสิทธิ์, พัศิยา เห็นกลาง, ศรีสุตา อินทมาศ, และปัทมา พยุงวงศ์. (2567). ทักษะด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีคุณภาพ. *วารสารวิชาการ
และวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(1), 1-16. [https://so05.tci-
thaijo.org/index.php/rmutphuso/article/view/268965/182833](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmutphuso/article/view/268965/182833)
- อรัญญา จินาชาญ และประเวศ เพ็ญภูมิกุล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
ทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
วไลยอลงกรณ์*, 11(2), 385-397.
- อมรรัตน์ บุรณะพล และปวีณา คำพุกกะ (2561). อิทธิพลของจริยธรรมและการฝึกอบรมของนักบัญชีที่มีต่อความ
คิดเห็นต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของโรงพยาบาลสังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
วารสารสมาคมนักวิจัย, 23(2), 103-113.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6th
ed.). Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research
activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Nguyen, H., Hoang, D. H., Do, D. T., Tran, T. N., Dao, T. T., & Vu, H. P. (2023). A study on customer
loyalty to service quality in independent auditing firms. *Journal of Governance &
Regulation*, 12(3), 243-254.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its
implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-51.
- Tulvinschi, M. (2023). The quality of services promoted by the accountancy profession in the
age of digitalization and organizational performance. *European Journal of Accounting,
Finance and Business*, 11(1), 72-78.



การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4

Perception of Organizational Culture and Quality of Work Life Affecting the Operational Efficiency of Prison Officers in Prisons Zone 4

เอนก ปลัดชัย¹และ กรกนก ดลโสภณ²

Anek Paludchai¹ and Konkanok Donsophon²

e-mail: anekpaludchai@gmail.com

(Received: 2025-08-22; Revised: 2025-11-13; Accepted: 2025-12-09)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 จำนวน 298 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ และการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ (กูเกิล ฟอรม) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า เจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ หน่วยงานของท่านเน้นการทำงานที่ต้องยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด และอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ หน่วยงานของท่านมีบรรยากาศความเป็นกันเองในการทำงานเสมือนครอบครัวเดียวกัน รองลงมา คือ หน่วยงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย และหน่วยงานของท่านมีการกำหนดเป้าหมาย และภารกิจไว้อย่างชัดเจน ตามลำดับ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ รองลงมา คือ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ตามลำดับ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

² อาจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

¹ Master Student, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

² Lecturer Faculty of Administrative Science Kalasin University

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ท่านสามารถปฏิบัติงานได้เสร็จสิ้นตามระยะเวลาที่กำหนด รองลงมา คือ ท่านมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ปริมาณงานที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่เสียไป และท่านปฏิบัติงานสำเร็จด้วยความคุ้มค่าและประหยัดทรัพยากร ตามลำดับ นอกจากนี้ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 และ คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4

คำสำคัญ : การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

This research aimed to examine the levels of perception of organizational culture, quality of work life, and operational efficiency among prison officers in Zone 4. It also investigated the relationships and effects of organizational culture perception on operational efficiency, as well as the relationships and effects of quality of work life on operational efficiency. Data were collected from 298 prison officers using stratified random sampling and simple random sampling techniques. The research instrument was an online questionnaire via Google Form. Descriptive and inferential statistics were employed for data analysis, including frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis, simple linear regression, and multiple regression analysis.

The results revealed that prison officers in Zone 4 demonstrated a high overall perception of organizational culture. When examining each dimension, one aspect was rated at the highest level: the organization's emphasis on strict adherence to rules and regulations. Five dimensions were rated at a high level and ranked as follows: a friendly and family-like working atmosphere, strong commitment to achieving organizational goals, and clearly defined goals and missions. Regarding the quality of work life, prison officers reported overall perceptions at a high level. All dimensions were rated at a high level, with the top three being: safe and healthy working conditions, adequate and fair compensation, and opportunities for growth and job security. Regarding operational efficiency, prison officers reported overall perceptions at a high level. All dimensions were rated highly, with the top three being: the ability to complete tasks within the specified timeframe, continuous improvement of work processes to achieve appropriate output relative to resources used, and the completion of tasks efficiently while conserving resources. Furthermore, perceptions of organizational culture were found to have a positive relationship



with, and a significant impact on, operational efficiency. Similarly, quality of work life demonstrated a positive relationship with, and a significant impact on, operational efficiency.

Keywords: perception of organizational culture, quality of work life, operational efficiency

บทนำ

วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งสร้างค่านิยมที่ชัดเจน ทำให้สมาชิกมีความเป็นหนึ่งเดียว ขณะที่คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน นำไปสู่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น ทั้งสามปัจจัยมีความสัมพันธ์ส่งเสริมซึ่งกันและกัน องค์กรที่ประสบความสำเร็จจึงต้องให้ความสำคัญทั้งสามมิตินี้อย่างสมดุลเพื่อความยั่งยืน การบริหารงานเรือนจำเป็นภารกิจที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะเศรษฐกิจไทยกำลังเผชิญกับปัญหาเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับต่ำเป็นระยะเวลายาวนาน (ชินวัณน์ หรยางกูร และคณะ, 2567) การกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดสูงขึ้น กรมราชทัณฑ์ประสบปัญหาผู้ต้องขังล้นเรือนจำ จึงได้ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารงานเรือนจำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทว่าตัวแปรด้านการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ซึ่งมีจำนวน 1,485 คน (กรมราชทัณฑ์, 2567) ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างจริงจัง

การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน มีส่วนส่งเสริมความร่วมมือ เกิดการเรียนรู้สิ่งที่ควรปฏิบัติในองค์กรอย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยให้เจ้าพนักงานเรือนจำเข้าใจค่านิยมร่วมขององค์กร มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นบวกและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี คุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นปัจจัยที่สำคัญ หากเจ้าพนักงานเรือนจำมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีจะทำให้มีความพึงพอใจในการทำงาน อุทิศตนในการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมาย คุณภาพชีวิตการทำงานเป็นลักษณะแนวทาง ความเป็นบุคคล สภาพตัวบุคคลหรือสังคม เรื่องสังคมขององค์กรที่ทำให้งานประสบผลสำเร็จ (รฐนนท์ ทิน้อย, 2565) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพหมายถึงการทำงานอย่างชาญฉลาด และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้รวดเร็วและมีคุณภาพ การที่บุคลากรจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือและเสียสละในการทำงานอย่างจริงจังของบุคคลในองค์กร (กรุณา สุวรรณคำ, 2564)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 เพื่อนำไปสู่การพัฒนานโยบายและแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมในการยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 และอาจขยายผลไปสู่เรือนจำในเขตอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4
2. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

อิทธิกร ตั้งกิจเจริญพงษ์ และจิตติารีย์ ศิริมงคล (2567) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จากความรู้สึกลักษณะจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 มาจำแนก แยกแยะ คัดเลือก วิเคราะห์ ด้วยกระบวนการทำงานของสมอง แล้วแปลสิ่งที่ได้ออกเป็นสิ่งที่หนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย เพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้ต่อไป Daft (2004) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) ผู้นำมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นองค์กรที่มีการแข่งขัน บุคลากรได้รับอิสระในการตัดสินใจ กล้าคิด กล้าทำในสิ่งใหม่ และเน้นการให้รางวัลแก่ผู้ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นพิเศษ 2) วัฒนธรรมแบบมุ่งภารกิจ (Mission Culture) มีลักษณะสำคัญคือ การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย มีการมุ่งให้บริการลูกค้าเป็นพิเศษในภาวะแวดล้อมภายนอก แต่ไม่จำเป็นต้องยืดหยุ่นหรือเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว หลายบริษัทที่มีวัฒนธรรมมุ่งผลภารกิจจะให้ความสำคัญกับการแข่งขัน การเอาชนะ พนักงานที่มีผลงานดีจะได้รับผลตอบแทนสูง ส่วนผู้ที่มีผลงานต่ำกว่าเป้าจะถูกไล่ออก 3) วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan Culture) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วจากภายนอก เน้นความต้องการของพนักงาน องค์กรจึงมีบรรยากาศของมิตรที่ร่วมกันทำงานเสมือนอยู่ในครอบครัวเดียวกัน มุ่งเน้นความร่วมมือ ให้ความเอาใจใส่ ช่วยเหลือทั้งพนักงานและลูกค้า หลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดความรู้สึกว่ามีสถานภาพแตกต่างกัน 4) วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic Culture) ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายใน เน้นความมั่นคงในการดำเนินการ ความมีเหตุผล ความมีระเบียบของการทำงาน มุ่งการยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบ ยึดหลักการประหยัด แต่พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงานต่ำ



แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

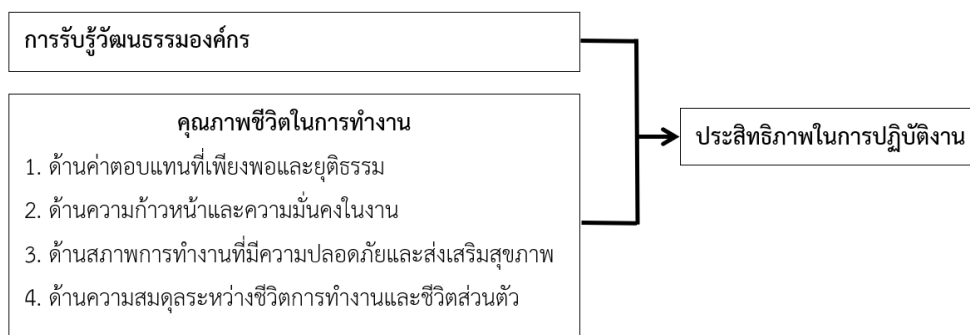
สุทธาภรณ์ เกตุแดง (2565) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง ลักษณะการทำงานที่มีความสอดคล้องกันระหว่างความต้องการของบุคคลกับองค์กร ซึ่งจะทำให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายจนประสบผลสำเร็จ และมีสุขภาพจิตที่สมบูรณ์ มีความสุขในการทำงาน Walton (1973) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน แบ่งเป็น 8 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (Adequate and Fair Compensation) หมายถึง ค่าตอบแทนที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน ต้องมีความเพียงพอในการดำรงชีวิต ตามมาตรฐานการครองชีพในสังคมนั้น ๆ แต่ในส่วนของคุณค่าตอบแทนที่ยุติธรรม คือ การเปรียบเทียบค่าตอบแทนจากการทำงานในตำแหน่งหน้าที่ที่คล้ายคลึงกัน หรือเปรียบเทียบจากผลการปฏิบัติงานที่เท่าเทียมกัน 2) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Working Condition) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ดีหรือไม่ปลอดภัย ควรมีการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และควบคุมเกี่ยวกับเสียง รวมถึงการรบกวนทางด้านสายตา เพื่อให้พนักงานได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและเหมาะสมต่อร่างกายและจิตใจ 3) ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถ (Immediate Opportunity to Use and Develop Human Capacities) หมายถึง โอกาสในการพัฒนาและการใช้ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตามความรู้และทักษะที่มี และมีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพตัวเองให้เหมาะสมกับงานที่ทำในปัจจุบัน ได้ใช้ความสามารถในการทำงานอย่างเต็มที่ และรวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีความก้าวหน้าในสายงานอาชีพ 4) ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน (Future Opportunity for Continued Growth and Security) หมายถึง องค์กรควรให้ความสนใจในการให้พนักงานเพิ่มความสามารถในการทำงานมากกว่าที่จะคอยเป็นผู้นำเพื่อให้พนักงานทำตาม ต้องมีการมอบหมายงานใหม่ ๆ เพื่อให้พนักงานได้เพิ่มความรู้และทักษะในการทำงานให้มากขึ้น เปิดโอกาสให้มีการพัฒนาในงาน ตลอดจนการทำงานที่ส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพและเสริมสร้างความรู้สึกรับผิดชอบในงานที่ทำอยู่ 5) ด้านการบูรณาการทางด้านสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (Social Integration in The Work Organization) หมายถึง การที่พนักงานได้รับการยอมรับ และร่วมมือกันทำงาน จากกลุ่มเพื่อนร่วมงาน รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม มีบรรยากาศในการทำงานที่ดีปราศจากอคติ นอกจากนี้การมีส่วนร่วมในสังคมจะทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ตนเองประสบความสำเร็จ และมีคุณค่า 6) ด้านประชาธิปไตยในองค์กร (Constitutional in the Work Organization) หมายถึง การบริหารจัดการที่ให้พนักงานได้รับสิทธิในการปฏิบัติงานตามขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย หรือการกำหนดแนวทางในการทำงานร่วมกัน รวมทั้งการวางมาตรฐานการให้ผลตอบแทนที่ยุติธรรมต่อพนักงาน นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมให้เกิดความเคารพในสิทธิส่วนบุคคล และควรให้ความเสมอภาคและเป็นธรรมกับพนักงานทุกคน 7) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่น ๆ (Work and the Total Life Space) หมายถึง การที่พนักงานสามารถจัดเวลาในการทำงานของตนเองได้อย่างเหมาะสม และมีความสมดุลกับบทบาทชีวิตของตนเอง ครอบครัว และกิจกรรมอื่นๆ 8) ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม (The Social Relevance of the Work Life) หมายถึง การทำงานในลักษณะที่ได้รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า Maslow (1943) ได้แบ่งชั้นของความต้องการเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Need) หมายถึง ความต้องการอาหารเครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการทางเพศ ความสะดวกสบาย เป็นต้น 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security

Need) หมายถึงความต้องการได้รับการปกป้องจากอุปสรรคและการออกจากงาน ความปลอดภัยการทำงาน เป็นต้น 3) ความต้องการทางสังคม (Social Need) หมายถึง ความต้องการเพื่อน ต้องการความรัก ความเป็นเจ้าของ เป็นส่วนหนึ่งของสังคม 4) ความต้องการได้รับการยกย่องยอมรับ (Esteem Need) หมายถึง ความต้องการเป็นอิสระ ต้องการการยอมรับ ได้รับการยกย่อง ได้รับเกียรติจากผู้อื่น เป็นต้น 5) ความต้องการบรรลุผลสำเร็จสูงสุด (Self-Actualization Need) หมายถึง ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในสิ่งที่ปรารถนาทุกอย่างที่ตั้งใจไว้

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

อทิติยา วิโรจนะ (2566) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง การปฏิบัติงาน ให้เกิดมาตรฐาน และคุณภาพ สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรวางไว้โดยทันเวลาที่กำหนด เกิดความถูกต้อง และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด Peterson and Plowman (1953) กล่าวว่า ประสิทธิภาพมีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) คุณภาพของงาน (Quality) ต้องมีคุณภาพสูง คือผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่าและมีความพึงพอใจ มีความถูกต้องได้มาตรฐาน มีคุณภาพก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า 2) ปริมาณงาน (Quantity) ต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน มีปริมาณเหมาะสมตามที่กำหนด และควรมีการวางแผนบริหารเวลา เพื่อให้ได้ปริมาณงานตามที่กำหนด 3) เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ต้องถูกต้องตามหลักการเหมาะสมกับงานและทันสมัย พัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น 4) ค่าใช้จ่าย (Costs) ต้องเหมาะสมกับงานต้องลงทุนน้อยและได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่าย หรือ ต้นทุนการผลิต ได้แก่ การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่า และเกิดการสูญเสียให้น้อยที่สุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ เจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 จำนวน 1,485 คน การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรการหากลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

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

โดย n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ



N = ขนาดประชากรทั้งหมด
E = ระดับความเชื่อมั่น (กำหนดที่ระดับ 0.05)

$$\text{แทนค่าสูตร } \frac{1485}{1+1485(0.05)^2} \approx 315.12 \text{ หรือ } 316$$

ดังนั้น ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 316 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ ตามสัดส่วนขนาดของประชากรในแต่ละเรือนจำในเขต 4 และการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ โดยครอบคลุมคุณภาพชีวิตในการทำงาน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม จำนวน 5 ข้อ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน จำนวน 5 ข้อ ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ จำนวน 5 ข้อ และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็นอื่นๆ

2.1 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67 - 1.00 แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาหาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) ได้ค่าความเชื่อมั่นของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มีค่า 0.92 คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีค่า 0.87 - 0.94 และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีค่า 0.94 ซึ่งค่าที่ได้ควรมีค่าเกิน 0.70 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006) จากนั้นตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้ค่า Factor Loading ของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มีค่าระหว่าง

0.81 - 0.90 คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีค่าระหว่าง 0.67 - 0.93 และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีค่าระหว่าง 0.88 - 0.91 ซึ่งค่าที่ได้ควรมีค่าเกิน 0.40 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) โดยจำกัดการตอบกลับได้เพียง 1 ครั้ง ต่อ 1 Email เพื่อป้องกันการตอบซ้ำ รวมระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล 60 วัน ได้รับการตอบกลับทั้งสิ้น จำนวน 298 ชุด จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับ คิดเป็นร้อยละ 94.30 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ (Baruch & Holtom, 2008) กล่าวถึงการส่งแบบสอบถามออนไลน์พบว่าอัตราการตอบกลับเฉลี่ยอยู่ที่ 52.7% จึงถือว่ายอมรับได้ ข้อมูลเพียงพอใช้ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่และร้อยละ
- 2) วิเคราะห์หาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย และการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย
- 4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า เจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ หน่วยงานของท่านเน้นการทำงานที่ต้องยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 4.57$) และอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ หน่วยงานของท่านมีบรรยากาศความเป็นกันเองในการทำงานเสมือนครอบครัวเดียวกัน ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมา คือ หน่วยงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.43$) และหน่วยงานของท่านมีการกำหนดเป้าหมายและภารกิจไว้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.37$) ตามลำดับ



เจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมา คือ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ($\bar{X} = 3.95$) และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ ดังนี้

ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ งานที่ท่านรับผิดชอบ มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถและความถนัดของท่าน ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมา คือ ท่านได้รับเงินเดือนที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.09$) และงานที่ท่านได้รับผิดชอบมีแผนการปฏิบัติงานและมีการแบ่งงานตามตำแหน่งหน้าที่ไว้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ หน่วยงานของท่านส่งเสริมให้มีการพัฒนาความสามารถและพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับงาน ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมา คือ ท่านมีโอกาสได้ฝึกอบรมให้เสริมสร้างทักษะในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.89$) และท่านมีโอกาสที่ได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ หน่วยงานของท่านมีการตรวจสุขภาพประจำปีให้กับเจ้าพนักงานเรือนจำทุกคน ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมา คือ หน่วยงานของท่านมีการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้กับเจ้าพนักงานเรือนจำ เช่น การให้รางวัลแก่ผู้มีผลการปฏิบัติงานดีเด่นประจำเดือน ($\bar{X} = 4.12$) และสถานที่ทำงานของท่านมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและไม่เสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพอนามัยแก่เจ้าพนักงานเรือนจำ ($\bar{X} = 4.06$) ตามลำดับ

ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ท่านแบ่งเวลาในการทำงานและเวลาให้กับครอบครัวได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมา คือ ปริมาณงานที่ท่านได้รับมอบหมายเหมาะสมกับชีวิตส่วนตัว ($\bar{X} = 3.67$) และท่านสามารถวางแผนกิจกรรมต่างๆ ไว้ล่วงหน้าได้และสามารถดำเนินกิจกรรมได้ตามแผนที่วางไว้ ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

เจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ท่านสามารถปฏิบัติงานได้เสร็จสิ้นตามระยะเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมา คือ ท่านมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ปริมาณงานที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่เสียไป ($\bar{X} = 4.35$)

ท่านปฏิบัติงานสำเร็จด้วยความคุ้มค่าและประหยัดทรัพยากร ($\bar{X} = 4.35$) และท่านสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตรงตามมาตรฐานที่หน่วยงานกำหนด ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปร	PER	ADE	GRO	SAF	TOT	OPE	VIFs
$\bar{X}$	4.41	3.95	3.86	4.09	3.64	4.34	
S.D.	0.60	0.78	0.85	0.72	0.97	0.60	
PER	-	-	-	-	-	0.675**	1.000
ADE		-	0.825**	0.728**	0.787**	0.711**	3.981
GRO			-	0.796**	0.766**	0.725**	4.613
SAF				-	0.639**	0.719**	2.848
TOT					-	0.565**	2.958
OPE						-	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หมายเหตุ: PER แทน คะแนนเฉลี่ยของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

ADE แทน คะแนนเฉลี่ยของด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม

GRO แทน คะแนนเฉลี่ยของด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน

SAF แทน คะแนนเฉลี่ยของด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ

TOT แทน คะแนนเฉลี่ยของด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว

OPE แทน คะแนนเฉลี่ยของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิด Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยหาค่า Variance Inflation Factor (VIFs) ระหว่างตัวแปรอิสระ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีค่า 1.000 - 4.613 ซึ่งค่าที่ได้ต้องไม่เกิน 10 (Hair et al., 2006)

ผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.675 โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (OPE) ($r = 0.675$)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพชีวิตในการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.565 – 0.725 โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด คือ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (GRO) ($r = 0.725$) รองลงมา คือ ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (SAF) ($r = 0.719$) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (ADE) ($r = 0.711$) และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (TOT) ($r = 0.565$)



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4

การรับรู้ วัฒนธรรมองค์กร	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (OPE)		t	p-value
	Unstandardized	Std. Error		
	Coefficients (B)			
(CONSTANT)	1.384	0.190	7.289	0.000
การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร	0.671	0.043	15.759	0.000*
F = 248.339	p = 0.000	R ² = 0.456	Adjusted R ² = 0.454	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เรียงจากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในรูปของคะแนนดิบ ได้แก่ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร (PER) (B = 0.671)

ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร (PER) ส่งผลกระทบในทิศทางบวก สามารถแปลผลได้ คือ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรสูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น 0.671 หน่วย จึงสามารถสร้างสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$OPE = 1.384 + 0.671 (PER)$$

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพชีวิตชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (OPE)		t	p-value
	Unstandardized	Std. Error		
	Coefficients (B)			
(CONSTANT)	1.706	0.133	12.844	0.000
1.ค่าตอบแทนที่เพียงพอ และยุติธรรม	0.264	0.056	4.703	0.000*
2.ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	0.194	0.055	3.522	0.000*
3.สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	0.277	0.052	5.379	0.000*
4.ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	-0.079	0.039	-2.025	0.044*

F = 114.486

p = 0.000

R² = 0.610Adjusted R² = 0.604

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เรียงจากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในรูปของคะแนนดิบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ 1) ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (SAF) (B = 0.277) 2) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (ADE) (B = 0.264) 3) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (GRO) (B = 0.194) 4) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (TOT) (B = -0.079)

ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (SAF) ส่งผลกระทบในทิศทางบวก สามารถแปลผลได้ คือ ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น 0.277 หน่วย รองลงมา คือด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (ADE) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น 0.264 หน่วย ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (GRO) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (TOT) ส่งผลกระทบตรงข้ามกันสามารถแปลผลได้ คือ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานลดลง 0.079 หน่วย จึงสามารถสร้างสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$OPE = 1.706 + 0.277 (SAF) + 0.264 (ADE) + 0.194 (GRO) - 0.079 (TOT)$$

คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (TOT) มีผลกระทบเชิงลบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ($t = -2.025$) ซึ่งอาจเป็นเพราะลักษณะงานในเรือนจำที่ต้องปฏิบัติงานใกล้ชิดกับผู้ต้องขัง การเตรียมพร้อมปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง การเข้าเวรรักษาการณ์ในเวลากลางคืนและในวันหยุดราชการ ส่งผลให้เจ้าพนักงานเรือนจำรู้สึกไม่มีเวลาให้กับครอบครัวอย่างเพียงพอ การเน้นความสมดุลชีวิตมากเกินไปอาจส่งผลให้เจ้าพนักงานเรือนจำขาดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติหน้าที่เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เรือนจำควรหาจุดสมดุลที่เหมาะสมกับงานและชีวิตส่วนตัว

อภิปรายผล

1. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 โดยเรือนจำเน้นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ปรับวิธีปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ กำหนดเป้าหมายและภารกิจไว้ชัดเจน ส่งเสริมให้มุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน เน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของหน่วยงาน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปฏิบัติงานตามนโยบายภายใต้ระเบียบราชการ สอดคล้องกับงานวิจัยของยงยุทธ รักษาพล (2565) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยวัฒนธรรมองค์กรจะเป็นรากฐานสำคัญขององค์การในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคลากรในแต่ละองค์การ ดังนั้นหากบุคคลมีการรับรู้ลักษณะของวัฒนธรรม



องค์การที่สอดคล้องกับความเชื่อ และค่านิยมของตนย่อมมีแนวโน้มทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

2. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำ ในเรือนจำ เขต 4 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$OPE = 1.384 + 0.671 (PER)$$

อภิปรายผลการศึกษาดังนี้ เรือนจำเน้นให้เจ้าพนักงานเรือนจำมีความเข้าใจในการปฏิบัติงาน ตามกฎระเบียบ ปฏิบัติต่อผู้ต้องขังตามหลักสิทธิมนุษยชน สร้างบรรยากาศความเป็นกันเองในการปฏิบัติงาน เน้นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มุ่งมั่นปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Isipik et al. (2021) พบว่า วัฒนธรรมในการทำงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ยิ่งวัฒนธรรมองค์กรดีเท่าไร ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานก็จะเพิ่มขึ้นเท่านั้น

3. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำ ในเรือนจำ เขต 4 ดังนี้

1) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจาก เรือนจำเน้นมอบหมายงานที่มีความเหมาะสมกับความสามารถ พิจารณาเลื่อนเงินเดือนที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ มีการวางแผนการปฏิบัติงานและแบ่งงานตามหน้าที่ชัดเจน มอบสวัสดิการต่าง ๆ เช่น ค่าเบี้ยเลี้ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้มีรายได้ต่อเดือนเพียงพอต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ วรสุข (2563) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของ พนักงาน

2) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยเรือนจำ เน้นส่งเสริมให้พัฒนาความสามารถให้เหมาะสมกับงาน ส่งเสริมให้ฝึกอบรมเสริมสร้างทักษะในการปฏิบัติงาน ส่งเสริม ให้ได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภา อ่ำกลัด (2563) พบว่า ความมั่นคงและ ความก้าวหน้าในงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

3) ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงาน โดยเรือนจำเน้นให้ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี และได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคตามฤดูกาล เพื่อให้มี ร่างกายที่แข็งแรง สร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ปรับปรุงสถานที่ทำงานให้มีมาตรฐาน และส่งเสริมการออกกำลังกาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์ยู อภิมนต์บุตร (2565) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานจากที่บ้านของ บุคลากร

4) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงาน โดยเรือนจำเน้นนโยบายที่เจ้าพนักงานเรือนจำ สามารถแบ่งเวลาในการทำงานและเวลากับครอบครัวให้ สมดุลกัน ส่งผลให้สามารถวางแผนกิจกรรมต่างๆ ไว้ล่วงหน้าได้ มีวันหยุดและเวลาพักผ่อนที่เพียงพอ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ วิภา อ่ำกลัด (2563) พบว่า ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตด้านอื่นมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพ ในการทำงาน of พนักงาน

4. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำ เขต 4 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$OPE = 1.706 + 0.277 (SAF) + 0.264 (ADE) + 0.194 (GRO) - 0.079 (TOT)$$

สามารถอธิบายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1) ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยเรือนจำเน้นให้ได้รับการตรวจสอบสุขภาพประจำปีทุกคน ได้รับการเสริมสร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน ปรับปรุงสถานที่ทำงานให้มีมาตรการรักษาความปลอดภัย มีความสะอาดเป็นระเบียบ และได้รับการส่งเสริมด้านการออกกำลังกาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ ทองหล้า และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ (2564) พบว่าคุณภาพชีวิตการทำงานด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมเพียงพอ ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน ด้านสังคมสัมพันธ์และด้านความอิสระจากงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

2) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยเรือนจำเน้นมอบหมายงานที่มีความเหมาะสมกับความสามารถ ได้รับการพิจารณาเลื่อนเงินเดือนที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ มีการวางแผนการปฏิบัติงานและแบ่งงานตามตำแหน่งหน้าที่ชัดเจน ได้รับสวัสดิการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีรายได้ต่อเดือนที่เพียงพอต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมฤดี ผ่องชมภู (2567) พบว่าค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย โอกาสก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

3) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยเรือนจำเน้นส่งเสริมให้มีการพัฒนาความสามารถ ส่งเสริมให้ศึกษาต่อเพื่อการสอบเปลี่ยนสายงานหรือการเลื่อนตำแหน่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพารณ์ เกตุแดง (2565) พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล และด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม

4) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวมีผลกระทบเชิงลบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อาจเป็นเพราะลักษณะงานเรือนจำที่ต้องปฏิบัติเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ ต้องปฏิบัติงานใกล้ชิดกับผู้ต้องขัง การเตรียมพร้อมปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง การเข้าเวรรักษาการณ์ในเวลากลางคืนและในวันหยุดราชการต้องใช้ความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่สูง มีลักษณะงานในสภาพที่อาจเป็นอันตราย ในสถานที่ที่ไม่น่าอภิรมย์และตรากตรำ ส่งผลให้เจ้าพนักงานเรือนจำรู้สึกไม่มีเวลาให้กับครอบครัวอย่างเพียงพอ เรือนจำควรหาจุดสมดุลที่เหมาะสมกับงานและชีวิตส่วนตัว มีมาตรการในการปฏิบัติงานเพื่อลดความตรากตรำ มอบหมายงานที่มีปริมาณเหมาะสม มีวันหยุดและเวลาพักผ่อนที่เพียงพอ ส่งผลให้สามารถวางแผนกิจกรรมกับครอบครัวไว้ล่วงหน้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรียา ศักดิ์นรงค์ (2567) พบว่า ความสมดุลชีวิตในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากพนักงานที่สามารถรักษาสมดุลชีวิตของการทำงานและชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม จะบริหารจัดการปริมาณงานให้เสร็จตามเวลา มีเวลาในการสังสรรค์กับครอบครัว หรือเพื่อน รวมถึงได้ใช้วันหยุดในการพักผ่อนอย่างเต็มที่ จะทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น ในทางตรงกันข้ามพนักงานที่มีความสมดุลชีวิตในการทำงานต่ำจะมีประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร เรือนจำควรส่งเสริมให้เจ้าพนักงานปฏิบัติหน้าที่โดยยึดถือกฎระเบียบ เสริมสร้างบรรยากาศให้มีความเป็นกันเอง ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกัน ส่งเสริมการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จัดกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์และสร้างทีมเวิร์ค ยกย่องชมเชยและให้รางวัลแก่ผู้มีผลงานดีเด่น ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม

2) คุณภาพชีวิตในการทำงาน เรือนจำควรพัฒนาในด้านต่างๆ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ เรือนจำควรปรับปรุงสถานที่ปฏิบัติงานให้สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐานสากล จัดซื้ออุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการทำงานและลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน จัดตั้งห้องฟิตเนสที่ได้มาตรฐาน เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย

ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม เรือนจำควรผลักดันการปรับเพิ่มเงินเดือนให้สอดคล้องกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น กำหนดค่าเสี่ยงภัยที่สะท้อนถึงความเสี่ยง ทั้งการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่เสี่ยงต่อเชื้อโรค การควบคุมผู้ต้องขังในสภาวะแออัด ผลักดันเงินค่าปฏิบัติงานล่วงเวลาที่เหมาะสมกับค่าครองชีพ พิจารณาเลื่อนเงินเดือนที่โปร่งใสและเป็นธรรม

ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน เรือนจำควรสนับสนุนการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าสำหรับผู้มีวุฒิการศึกษาที่สูงขึ้น พิจารณาจากผลการปฏิบัติงาน ความรู้ความสามารถ และศักยภาพในการพัฒนา จัดทำกระบวนการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว เรือนจำควรจัดเวรให้มีความยืดหยุ่นและเป็นธรรม ลดการทำงานติดต่อกันที่เกินความจำเป็น พิจารณาความต้องการพิเศษ เช่น การดูแลสุขภาพครอบครัวที่ป่วย หรือภาระครอบครัว จัดภาระงานให้เหมาะสมกับอัตรากำลัง มีการหมุนเวียนหน้าที่เพื่อป้องกันความเบื่อหน่ายและความเครียดสะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานเรือนจำในเรือนจำเขตอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา

2) ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น ผู้ปฏิบัติงานในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน หรือข้าราชการตำรวจ หรือนำตัวแปรอื่นมาทำการศึกษาวิจัย เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่ๆ และเปรียบเทียบความแตกต่าง

ของผลการวิจัย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร และพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงาน
ของเจ้าพนักงานเรือนจำให้ดียิ่งขึ้น

3) ควรศึกษาเพิ่มเติมงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรการรับรู้
วัฒนธรรมองค์กร และคุณภาพชีวิตในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมราชทัณฑ์. (2567). สถิติข้าราชการกรมราชทัณฑ์. <https://shorturl.asia/6r590>
- กรรณา สุวรรณคำ. (2564). ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่สมุทรปราการ 1. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กิตติศักดิ์ ทองหล้า และชินโสณ วิสิษฐนิธิจิรา. (2564). คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน
ของข้าราชการและบุคลากรสังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 15(2), 118-128.
- ชินวัฒน์ หรยางกูร, พนัชกร อินทแพทย์ และจิรวัฒน์ เมธาสุทธิรัตน์. (2567). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยผ่านมุมมอง
การสร้างนโยบายการแข่งขัน. *วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย*, 6(2), 157-171.
- นพรัตน์ วรสุข. (2563). คุณภาพชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์
ย่านเพลินจิต. [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เปรมฤดี ผ่องชมภู. (2567). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขต
อุตสาหกรรม จังหวัดระยอง. *วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์*, 7(1), 366-380.
- ภรณ์ยู อภินันต์บุตร. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจากที่บ้านของบุคลากร
ในสายสำนักงานกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในช่วงสถานการณ์วิกฤตโควิด-19. *วารสาร
บัณฑิตสาเกตปริทรรศน์*, 8(1), 97-111.
- ยงยุทธ รักษาพล. (2565). ความผูกพันในองค์กรในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมองค์กรและการบริการ
ทรัพยากรมนุษย์สู่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแห่ง
หนึ่งในจังหวัดระยอง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 31-46.
- รณนัท ทิน้อย. (2565). คุณภาพชีวิตของบุคลากรในเรือนจำอำเภอกูเชียว จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา
ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม*, 5(1), 87-100.
- วิภา อ่ากลัด. (2563). คุณภาพชีวิตและความผูกพันองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของ
พนักงาน ในสายงานอุตสาหกรรมสิ่งทอในเขตกรุงเทพมหานคร. [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต].
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุทธาภรณ์ เกตุแดง. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ผ่านความผูกพันต่อ
องค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตภาคตะวันตก. [วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.



- อติยา วิโรจน์. (2566). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ
ธรรมาภิบาลสำนักงานอัยการภาค 9. [วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต].
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อัจฉริยา ศักดิ์นรงค์. (2567). ความสมดุลชีวิตในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานที่บ้าน ในช่วงวิกฤตโควิด-19
ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*,
27(1), 112-123.
- อิทธิกร ตั้งกิจเจริญพงษ์ และฐิตารีย์ ศิริมงคล. (2567). การรับรู้คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
เมืองอุดรธานี 2 จังหวัดอุดรธานี. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*,
11(1), 249-264.
- Baruch, Y., & Holtom, B. C. (2008). Survey response rate levels and trends in organizational research.
Human Relations, 61(8), 1139-1160.
<https://doi.org/10.1177/0018726708094863>
- Daft, R. L. (2004). *Organization theory and design* (8th ed.). South-Western College.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Pearson
Education.
- Ispik, A., Zainal, & Rahmi. (2021). The role of organizational culture on employee satisfaction and
performance. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 179, 271-276.
<https://shorturl.asia/4HqB8>
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Peterson, E. & Plowman, G. E. (1953). *Business Organization and Management* (3rd ed.). Ill:Irwin.
- Walton, R. E. (1973). Quality of working life: What is it?. *Sloan Management Review*, 15(1), 11-21.
<https://shorturl.asia/gd0fw>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.



**พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน
ผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาลองลาน
อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร**

**Behavior and Acceptance of Financial Transaction Technology via Applications,
Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives,
Khlung Lan Branch Khlung Lan District, Kamphaeng Phet Province**

ราตรี กันเกษร¹ และวาสนา จรุงศรีโชติกำจร²

Ratri Kankasorn¹ and Wadsana Charunsrichotkomjorn²

e-mail : ratri.pkp19@gmail.com

(Received: 2025-09-24 ; Revised: 2025-11-20 ; Accepted: 2025-12-15)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาลองลาน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยประชาชนจำนวน 347 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ทำธุรกรรมผ่านการโอนเงินและร้านสะดวกซื้อ โดยมีความถี่ในการใช้งาน 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ และจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท การยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีตามเพศ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบความแตกต่างด้านการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานตามอายุและอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนพฤติกรรมการใช้งานไม่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยี

คำสำคัญ: พฤติกรรม การยอมรับเทคโนโลยี การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

ABSTRACT

This study aimed to examine user behavior and technology acceptance in financial transactions via the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) mobile application at the Khlung Lan branch. A total of 347 respondents participated in the study by completing the

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

¹ Graduate student of Master of Business Administration, Kamphaeng Phet Rajabhat University

² Lectuer in Faculty of Manafement Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University



questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, t-tests, and one-way ANOVA. The findings revealed that most users conducted transactions through account transfers and convenience stores, with a frequency of 6–10 times per week and an average transaction amount between 1,001–5,000 THB. Overall technology acceptance was rated at the highest level. No statistically significant differences were found in acceptance based on gender, education, or monthly income. However, significant differences were observed in perceived usefulness and ease of use based on age and occupation at the .05 level. Usage behavior did not significantly affect technology acceptance.

Keywords: behavior, technology acceptance, financial transactions via applications

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีบทบาทสำคัญสามารถสร้างนวัตกรรมทางการเรียนรู้ การผลิตและการใช้ประโยชน์ จากความคิดใหม่ทำให้เกิดผลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เทคโนโลยีทำให้สังคม ที่เรียบง่าย กลายเป็นสังคมที่มีการดำรงชีวิตที่ซับซ้อนขึ้นกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามาสู่ทุกประเทศอย่างรวดเร็ว จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ อันเป็นการผสมผสาน 3 ศาสตร์ เข้าด้วยกัน ได้แก่ โทรคมนาคม อิเล็กทรอนิกส์ และข่าวสาร ทำให้โลกสามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว สามารถรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ได้พร้อมกัน สามารถบริหารจัดการและ ตัดสินใจลงทุนพร้อมทั้งธุรกรรมการเงินได้อย่างรวดเร็ว การพัฒนาของ ธุรกิจธนาคารในโลกดิจิทัลฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) การเรียนรู้ ของเครื่องจักร (Machine Learning) รวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ หลายปีที่ผ่านมาระยะหนึ่งที่เราได้เห็นได้ว่าทุก ธนาคารมีการปรับปรุงทั้งกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในรูปแบบดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์แก่ ผู้ใช้บริการ สามารถเข้าถึงง่าย สะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว สถาบันการเงินต่าง ๆ จึงใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใน รูปแบบของเครื่องถอนเงินอัตโนมัติหรือ ATM เพื่ออำนวยความสะดวกในการฝากถอนเงิน ทำให้การเชื่อมโยง ข้อมูลธนาคารเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว เชื่อมโยงกับต่างสาขา หรือสำนักงานใหญ่ได้อย่าง ทั่วถึงทั้งนี้ อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของภาคเอกชนผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อาจยังไม่เพียงพอที่จะตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการยกระดับของระบบธนาคารไทยไปสู่ยุคดิจิทัล และทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์สูงสุดคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อให้การทำธุรกรรมทางการเงินได้ สะดวก ปลอดภัยและสามารถเชื่อมโยง (Interoperability) ระหว่างธนาคารได้ด้วยระบบ Mobile Banking คือ ตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงิน ในรูปแบบดิจิทัลซึ่งสามารถทำธุรกรรมได้แบบออนไลน์ที่ไหน เวลาใดก็ได้เป็นรูปแบบบริการหนึ่งของยุคดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ในปัจจุบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่รวดเร็ว (Digital Disruption) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนา นวัตกรรมทางการเงินเข้าสู่การเป็นธนาคารดิจิทัล (Digital Banking) ส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นปัจจัยความท้าทายและโอกาส

ที่สำคัญในพัฒนานวัตกรรมของ ธ.ก.ส. ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร และสามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็น “ธนาคารพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน” (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2567) ธนาคารได้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินภายใต้แอปพลิเคชันชื่อ A-Mobile ตั้งแต่ปี 2561 และเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการและปริมาณการทำธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธนาคารจึงยกระดับธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันจาก A-Mobile สู่ BAAC Mobile ในเดือนกันยายน 2566 เป็นต้นมา

ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน เดิมจัดตั้งเป็นหน่วยอำเภอคลองลาน สังกัดสาขากำแพงเพชร เพื่อให้บริการทางด้านสินเชื่อ และยกระดับเป็นสาขา เพื่อให้บริการทางการเงินครบวงจรให้กับลูกค้าในเขตอำเภอคลองลานและอำเภอใกล้เคียงให้ครอบคลุมการบริการในด้านการเงินและสินเชื่อ ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2549 มีพื้นที่รับผิดชอบมีทั้งหมด 4 ตำบล คือ ตำบลคลองน้ำไหล ตำบลโป่งน้ำร้อน ตำบลคลองลานพัฒนา และตำบลสักงาม ปัจจุบันมีลูกค้าทั้งสิ้นจำนวน 35,388 ราย มีจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile จำนวน 3,596 ราย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน, 2567) ซึ่งคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ เท่ากับ 10 % ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด ทำให้สาขาได้รับมอบหมายภารกิจที่สำคัญของธนาคาร ในการสร้างกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนและสร้างแรงจูงใจในการเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้แอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มปริมาณธุรกรรม รักษาฐานลูกค้า และเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม รวมถึงในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธนาคารในหลากหลายด้าน ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ พฤติกรรมลูกค้า การแข่งขันทางเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้ธนาคารเร่งปรับตัวและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และเพื่อตอบสนองนโยบายทิศทางการดำเนินงานสาขาได้รับจากธนาคาร ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของธนาคารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
4. เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชันจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร



ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Bloom (1976) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำของมนุษย์เป็นสิ่งที่มองเห็นหรือมองไม่เห็นก็ได้ พฤติกรรมแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบ คือ

1) พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) คือความสามารถของความรู้ การใช้ ความคิดและพัฒนาการด้านสติปัญญา ได้แก่ ความจำ ความรู้เป็นพฤติกรรมของการระลึกและ เข้าใจได้ ต่อเนื่องมาจากความรู้และความเข้าใจที่จะแสดงออกมาในรูปของการแปลความหมาย การตีความ การคาดคะเน การนำไปใช้ ซึ่งเป็นการนำเอาวิธีการและแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ นำไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล

2) พฤติกรรมด้านจิตพิสัย (Affective Domain) เป็นความรู้สึก ความสนใจ ความชอบให้คุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน พฤติกรรมด้านทัศนคตินี้เป็นตัวควบคุมพฤติกรรมปฏิบัติ โดยจะปฏิบัติตามแนวทางที่บุคคลคนผู้นั้นกำหนดขึ้นมา

3) พฤติกรรมด้านทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นการกระทำที่แสดงออก ในสถานการณ์หนึ่งหรืออาจเป็นการคาดคะเนว่าอาจกระทำในโอกาสต่อไป เป็นการกระทำขั้นสุดท้าย ที่จะเกิดขึ้น ต้องอาศัยพฤติกรรมด้านความรู้ ทัศนคติเป็นพื้นฐาน ซึ่งสามารถประเมินได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมและต้องอาศัยเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

Blackwell, Miniard and Engel (2011) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาในการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจก่อนและหลังการกระทำข้างต้น

Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และ การบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจและการกระทำของคนเกี่ยวข้องกับการซื้อ และการขายสินค้า สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงการใช้บริการใดบริการหนึ่ง ลักษณะของการใช้ความบอยในการใช้รวมถึงการแสดงออกในลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการนั้น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

การยอมรับเทคโนโลยี เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นทางจิตใจโดยเริ่มจากได้ยินในข้อมูลดังกล่าวจนยอมรับแล้วนำไปใช้ในที่ที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน (ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ, 2557) คือ

2.1 ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นขั้นต้นที่นำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ซึ่งเป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งการรับรู้ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้แบบบังเอิญที่จะทำให้เกิดความอยากรู้และมีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

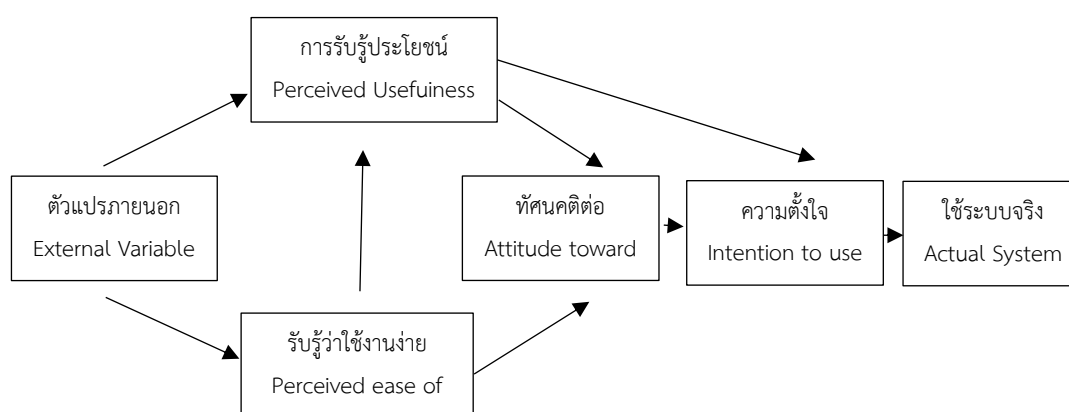
2.2 ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นการให้ความสนใจในรายละเอียดกับองค์ความรู้ใหม่ ๆ เป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจ ซึ่งในขั้นนี้จะได้ความรู้เกี่ยวกับความรู้ใหม่มากขึ้น และใช้การคิดมากกว่าขั้นรับรู้

2.3 ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) การคิดตรึงตรองและลองใช้วิธีใหม่ ๆ มีการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียหากว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักจะคิดว่าวิธีนี้เป็นวิธีที่ไม่ทราบถึงผลลัพธ์ตามมาจึงต้องมีแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความมั่นใจ โดยต้องมีคำแนะนำเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ

2.4 ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มทดลองกับคนกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ก่อน ซึ่งการทดลองใช้วิธีการใหม่ๆ ให้เข้ากับสถานะของตน วิธีนี้จะสรรหาข้อมูลที่มีความชัดเจนเกี่ยวกับวิทยาการหรือนวัตกรรมนั้น ๆ

2.5 ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่นำไปปฏิบัติใช้จริง ซึ่งบุคคลทั่วไปยอมรับวิทยาการใหม่และเป็นประโยชน์แล้ว

ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)



ภาพที่ 1 ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีและได้พัฒนาขยายองค์ความรู้มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ที่ว่ามนุษย์เป็นผู้มีเหตุผลของ Ajzen and Fishbein (1980) มีวัตถุประสงค์ในการทำนายการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness หรือ UP) และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use หรือ PEOU) การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งยังมีความเชื่อมโยงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งตามรูปแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ TAM นั้น ตัวแปรภายนอกจะมีผลต่อทัศนคติและความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี



สารสนเทศที่จะส่งผลต่อการนำระบบมาใช้คือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบ และการรับรู้ในระบบที่ง่ายต่อการใช้งานสามารถทำงานได้สะดวกสบายขึ้นและแบบจำลองดังกล่าวถูกนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางในการพยากรณ์การยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลในเรื่องประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับและการใช้งานที่ง่ายอันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้มีการนำมาใช้และยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย

3.1 การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)

การรับรู้ (Perception) มาจากภาษาละติน “Perceptio” หรือ “Percipio” หมายถึง การได้มา การเก็บรวบรวม การเข้าใจ ซึ่งหมายถึง สิ่งของที่มนุษย์ประสบจากสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อมรอบตัว (Schramm, 2009) เป็นกระบวนการที่ทำให้มนุษย์เกิดความสนใจในการจัดการระบบ การรวบรวม การแปลความหมาย และการสร้างความหมายให้แก่ข้อมูลที่ได้รับ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2550)

Davis (1989) อธิบายว่า การรับรู้ประโยชน์ เกี่ยวข้องกับความเชื่อของมนุษย์ผู้เป็นบุคคลที่ใช้ระบบเทคโนโลยีและมีประโยชน์แก่ตนเองมีแนวโน้มที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยโดยเพนเดอร์ อธิบายว่า ระดับความเชื่อมั่นของบุคคลที่จะได้รับประโยชน์ในด้านใดบ้างจากการแสดงพฤติกรรมนั้น (Pender, 1996) หรือระดับความเชื่อมั่นของบุคคลที่แสดงพฤติกรรมใดแล้ว จะทำให้ตนเองได้รับผลตอบแทนเชิงบวกจากการกระทำนั้น เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่ผู้ใช้งานนั้น ๆ ได้

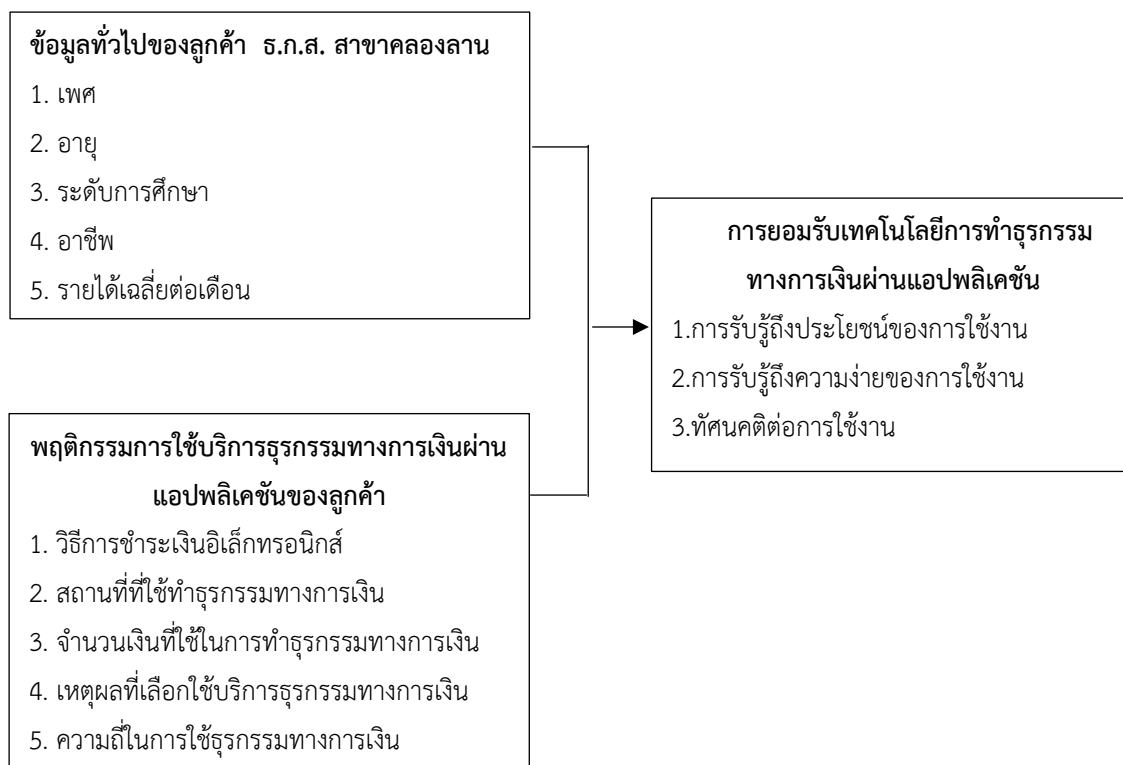
3.2 การรับรู้ความง่าย (Perceive Ease of Use)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ที่จะใช้ระบบสารสนเทศว่าระบบดังกล่าวเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้ที่จะใช้ระบบหรือการเข้าใจระบบ โดยเดวิสได้นิยามการรับรู้ความง่ายตามคำจำกัดความของคำว่า “ง่าย” และ “ปราศจากความยากหรือความพยายาม” (Davis, 1989)

3.3 ความตั้งใจใช้ (Intention to Use)

ความตั้งใจ เป็นการแสดงออกตามทัศนคติของมนุษย์หรือตามความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการแสดงออกที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในด้านการกระทำ (Behavior) เมื่อเรามีความเชื่อต่อสิ่งใดแล้วจะแสดงอาการหรือท่าทางที่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อของตน นอกจากนี้ความตั้งใจยังเป็นความนึกคิดของคนที่มีความจดจ่อกับสิ่งหนึ่งเหนือสิ่งอื่นใด และเป็นการตัดสินใจของคนนั้นที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมโดยมีทิศทางที่กำหนดไว้ และมีจุดหมายต่อสิ่งที่ตนพึงประสงค์ (ศรัญญา คณิตประเสริฐ, 2543)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรที่ใช้แอปพลิเคชัน ในเขตพื้นที่ของสาขาคลองลาน จำนวน 3,596 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรและกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 347 ราย

การศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งคัดกรองจากลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาคลองลานที่ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคาร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประเภทของคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน



ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบคำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เป็นคำถามแบบคำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว (Multiple choice)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Likert Scale) เพื่อสำรวจระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามต่อการยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 3 ด้าน ดังนี้ 1.ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน 2.ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน 3.ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ซึ่งลักษณะของเครื่องมือที่สร้างเป็นแบบประมาณค่าตามแบบ Rating Scale โดยกำหนดคะแนนไว้ 5 ระดับ ระดับ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ดังนี้

คะแนน การแปลความหมาย

- 5 การยอมรับมากที่สุด
- 4 การยอมรับมาก
- 3 การยอมรับปานกลาง
- 2 การยอมรับน้อย
- 1 การยอมรับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาแบบสอบถามหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยโดยใช้ค่า IOC (Index of Item Objective Congruency) เกณฑ์การตัดสินหาค่า IOC มีค่า 0.50 ขึ้นไปสามารถนำไปใช้ได้ ตามสูตรการคำนวณ (พิชิต ฤทธิ์จรรยา, 2566) ผลการหาค่า IOC พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่า IOC คือ 0.95 และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบ (Pilot-test) และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (Alpha's Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาที่ได้เท่ากับ 0.789 แสดงว่าข้อมูลมีความเชื่อถือ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และพนักงานภายในสาขาลองลานที่ผ่านการอบรมจากธนาคาร ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2568 ได้จำนวนทั้งสิ้น 347 ชุด จากนั้นรวบรวมแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำมาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง แจกแจงแบบค่าสถิติที่ สำหรับอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย/เดือน และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe (Scheffe's Method)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.70 รองลงมาเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 47.30 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.82 การศึกษาดำรงว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 36.60 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 40.06 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.96

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในรูปแบบโอนเงินจากบัญชี ทำธุรกรรมผ่านร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรม 1,001-5,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้ คือ สะดวกในการชำระเงิน และความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์

ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบมมอถือ โดยภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	4.37	0.28	มากที่สุด
2. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.33	0.39	มากที่สุด
3. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.28	0.48	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.33	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของ ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.33$) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน($\bar{X}=4.37$) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}=4.33$) และ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ($\bar{X}=4.28$) ตามลำดับ



ผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้า (อ.ก.ส.) สาขาลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุ และอาชีพ มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ดังตารางที่ 2 - 7

ตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามสถานภาพตามอายุ

การยอมรับ	แหล่งข้อมูล	df	SS	MS	F	P
แปรปรวน						
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	4	2.551	0.638	8.571	0.000***
	ภายในกลุ่ม	342	25.451	0.074		
	รวม	346	28.002			
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	4	5.010	1.252	8.547	0.000***
	ภายในกลุ่ม	342	50.114	0.147		
	รวม	346	55.123			
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	4	0.978	0.244	1.042	0.385
	ภายในกลุ่ม	342	80.211	0.235		
	รวม	346	81.189			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.343	0.586	5.513	0.000***
	ภายในกลุ่ม	341	36.328	0.106		
	รวม	346	38.670			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามอายุ พบว่าแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe' ดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 ผลเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอายุ

อาชีพ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40	41 – 50	51 – 60	61 ปีขึ้นไป
		4.51	ปี	ปี	ปี	ไป
	$\bar{X}$		4.30	4.36	4.37	4.21
ไม่เกิน 30 ปี	4.51	-	0.211*	0.188*	0.247*	0.071
31 – 40 ปี	4.30	-	-	0.023	0.035	0.140
41 – 50 ปี	4.36	-	-	-	0.058	0.117
51 – 60 ปี	4.37	-	-	-	-	0.175*
61 ปีขึ้นไป	4.21	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ทดสอบความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ให้การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี และกลุ่มอายุ 51-60 ปี ให้การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มากกว่ากลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4 ผลเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จำแนกตามอายุ

อาชีพ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40	41 – 50	51 – 60	61 ปีขึ้นไป
	4.51		ปี	ปี	ปี	ไป
	$\bar{X}$		4.30	4.36	4.37	4.21
ไม่เกิน 30 ปี	4.51	-	0.344*	0.358*	0.332*	0.279*
31 – 40 ปี	4.30	-	-	0.013	0.012	0.064
41 – 50 ปี	4.36	-	-	-	0.025	0.078
51 – 60 ปี	4.37	-	-	-	-	0.052
61 ปีขึ้นไป	4.21	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน พบว่า อายุที่แตกต่างกันการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่าง



มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ให้การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากกว่า กลุ่มอายุ 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 5 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามอาชีพ

การยอมรับ	แหล่งข้อมูล	df	SS	MS	F	P
แปรปรวน						
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.901	0.634	8.329	0.000***
	ภายในกลุ่ม	343	26.101	0.076		
	รวม	346	28.002			
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	3	3.858	1.286	8.605	0.000***
	ภายในกลุ่ม	343	51.265	0.149		
	รวม	346	55.123			
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	3	0.870	0.290	1.238	0.296
	ภายในกลุ่ม	343	80.319	0.234		
	รวม	346	81.189			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.896	0.632	5.895	0.001***
	ภายในกลุ่ม	343	36.774	0.107		
	รวม	346	38.670			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบความแตกต่าง จึงทำการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe' ดังตารางที่ 6-7

ตารางที่ 6 ผลเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พณ.เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา
	$\bar{X}$	4.31	4.36	4.51	4.29
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พณ.เอกชน	4.31	-	0.021	0.058	0.201*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.36	-	-	0.079	0.222*
เกษตรกร	4.51	-	-	-	0.143*
นักเรียน/นักศึกษา	4.29	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ทดสอบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งสรุปได้ว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ต่างจากอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรเอกชน, อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพเกษตรกรกรรม

ตารางที่ 7 ผลเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนง.เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา
	$\bar{X}$	4.29	4.27	4.28	4.56
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน องค์กรเอกชน	4.29	-	0.0176	0.002	0.274*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.27	-	-	0.014	0.292*
เกษตรกรกรรม	4.28	-	-	-	0.277*
นักเรียน/นักศึกษา	4.56	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 เมื่อทดสอบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานจำแนกตามอาชีพเป็นรายค่า พบว่า อาชีพต่างๆ ได้ให้ความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ต่างจากอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรเอกชน,อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพเกษตรกรกรรม

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอกลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

จากการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชัน จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของ ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน อำเภอกลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล



จากการศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างในการยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชัน BAAC Mobile มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอายุและอาชีพ กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุน้อยและประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมีความคุ้นเคยกับการใช้สมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชัน ส่งผลให้สามารถปรับตัวและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุสูงและประกอบอาชีพเกษตรกรรมมักประสบข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัล ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงบริการดิจิทัลนอกจากนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเฉพาะของแอปพลิเคชัน เช่น ระบบยืนยันตัวตนแบบ Biometric และฟังก์ชันการทำธุรกรรมออนไลน์ แม้จะเพิ่มความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ แต่กลับสร้างความซับซ้อนสำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีหรือใช้อุปกรณ์รุ่นเก่า ซึ่งอาจไม่รองรับฟีเจอร์บางประการ อีกทั้งความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของข้อมูลและระบบดิจิทัลยังเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุสูงซึ่งมักมีความกังวลมากกว่ากลุ่มอายุน้อยจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการออกแบบและพัฒนาบริการดิจิทัลควรคำนึงถึงความแตกต่างเชิงบริบทของกลุ่มผู้ใช้งาน ทั้งด้านประชากรศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มการเข้าถึง ความสะดวก และความพึงพอใจของผู้ใช้ทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง มีประเด็นอภิปรายดังนี้

1. จากการศึกษากฎบัตรการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบมมื่อถือส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบโอนเงินจากบัญชี สถานที่ใช้ทำธุรกรรมผ่านร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรม 1,001-5,000 เพราะสะดวกในการชำระเงิน และความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี พรหมพันธุ์ใจ (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ผ่านธนาคารกรุงเทพมากที่สุด โดยใช้วิธีโอนเงินจากบัญชีและซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ โดยใช้จ่าย 2,001-2,500 ต่อครั้ง เพราะสะดวกในการชำระเงิน ชื้อ-ขาย สินค้า และมีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันลูกค้าของธนาคารและสถาบันการเงินนิยมใช้งานและยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีความน่าเชื่อถือได้ และพฤติกรรมนี้สะท้อนถึงความคุ้นเคยและความมั่นใจในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society)

2. จากการศึกษากฎบัตรยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการศึกษาปัจจัยการยอมรับ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับ

เทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ และสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee (1983) ได้ศึกษาโดยศึกษาและสำรวจการผสมผสานประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่เป็นปัจจัยในทางบวกคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Benefit) และการรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงเรื่องสมรรถภาพ ความเสี่ยงด้านสังคมและความเสี่ยงด้านเวลา ประยุกต์กับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมการวางแผน เพื่ออธิบายความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ผลจากการศึกษาระบุว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง มีผลในทางลบจากความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และความเสี่ยงในด้านการเงิน ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลในทางบวกต่อทัศนคติและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง คือ ประโยชน์ทางตรง ได้แก่ ไม่เสียเวลาเดินทางไปธนาคาร สะดวกและเสียค่าธรรมเนียมน้อยกว่าการทำธุรกรรมที่เคาเตอร์ของสาขา ประโยชน์ในทางอ้อม ได้แก่ ทำธุรกรรมได้ทุกที่ตลอดเวลา ซึ่งสามารถเพิ่มเวลาและโอกาสในการทำธุรกรรมทางการเงินลงทุนแสดงว่าการใช้แอปพลิเคชัน บนมือถือในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้รับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด คือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือมีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และง่ายต่อการทำความเข้าใจ สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน และระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือมีความน่าเชื่อถือ/แม่นยำ ซึ่งลูกค้ามองว่าการใช้แอปพลิเคชันช่วยเพิ่มประสิทธิภาพลดเวลา และค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์จึงเป็นตัวแปรหลักที่ผลักดันพฤติกรรมการใช้งาน

3. จากการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ไม่แตกต่างกัน อายุ และอาชีพ มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งต่างกับงานวิจัยของ ปวีตรา สอนดี (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ผลการวิจัยพบว่าจากตัวแปรในด้านของ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพมีการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าของ ธ.ก.ส. สาขาลองลานที่มีอายุและอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งานในแต่ละช่วงอายุ และอาชีพ ซึ่งกลุ่มอายุและอาชีพมีความต้องการและความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีต่างกัน เช่น กลุ่มวัยทำงานอาจใช้เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรมบ่อยครั้ง ขณะที่กลุ่มสูงอายุอาจมีข้อจำกัดด้านการเรียนรู้เทคโนโลยี



4. จากการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชันจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคาร พบว่าไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวีพล การเจริญดี (2561) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ช่องทางธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ในการใช้บริการ การตัดสินใจ และแหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าในการใช้แอปพลิเคชันของสถาบันการเงินที่ต่างกันลูกค้ามีการยอมรับการใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคารเหมือนกัน เนื่องจากจุดมุ่งหมายหรือมีสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงว่าปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้ายอมรับเทคโนโลยีไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบการใช้งาน แต่ขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความสะดวก และประโยชน์ที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนมือถือส่วนใหญ่ลูกค้ามีวิธีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบโอนเงินจากบัญชี ธนาคารควรสร้างความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยสูงสุดในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เมื่อผู้ใช้เกิดความเชื่อมั่น เชื่อถือถึงความปลอดภัยจะนิยมมาใช้มากขึ้น โดยไม่ต้องเดินทางมาใช้บริการในสาขาของธนาคาร

2. จากการศึกษาด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ลูกค้าของธนาคารมีการรับรู้ถึงประโยชน์การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม ทางธนาคารควรจะพัฒนาด้านประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ให้ครอบคลุมในการทำธุรกรรมทุก ๆ ด้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

3. จากการศึกษาด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ลูกค้ามีการยอมรับในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือเป็นบริการที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ธนาคารควรพัฒนาระบบการใช้งานให้ขั้นตอนการทำธุรกรรมกระชับขึ้นและเข้าใจง่าย สามารถตอบสนองลูกค้าทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารเป็นกลุ่มอาชีพเกษตรกร และมีความอายุส่วนใหญ่ 50 ปีขึ้นไป

4. จากการศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ลูกค้ามีการยอมรับในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือตอบสนองวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน และมีความน่าเชื่อถือ/แม่นยำ ธนาคารควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันอยู่เสมอ พัฒนาให้มีความโดดเด่นเท่าเทียมกับธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างในการใช้งาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาและความต้องการของลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อธนาคารจะได้พัฒนาและปรับปรุงการใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถือ ให้เกิดความเชื่อมั่น/มั่นใจในการใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกด้าน
2. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาใกล้เคียงภายในจังหวัดเพื่อนำผลการศึกษา มาใช้ประโยชน์ในการเพิ่มผลการดำเนินงานของสาขาและทราบถึงความต้องการของลูกค้า
3. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร เพิ่มเติม เพื่อหาสาเหตุของการไม่ใช้บริการ
4. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลการศึกษา
5. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ควบคู่กับเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กวีพล การเจริญดี. (2561). พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่. [ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย. ภาคทฤษฎี สถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2567). ฝ่ายปฏิบัติการบริการอิเล็กทรอนิกส์. ธนาคาร.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน. (2567). ผลิตภัณฑ์และบริการ. ธนาคาร.
- ปวีตรา สอนดี. (2560). การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี. [ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2566). เทคนิคการเขียนรายงานการวิจัยที่มีคุณภาพ. เพชรเกษมการพิมพ์.
- ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร. [ปริญญามหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัชนิ พรหมพันธุ์ใจ. (2562). พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code. [ปริญญามหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



- วิชาดา ไหมเงินงาม. (2562). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการธนาคารบน โทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. [ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัญญา คณิตประเสริฐ. (2543). ทักษะคิด บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะใช้คอมพิวเตอร์ในงานบริการ สุขภาพของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหนองคาย. [พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2550). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2011). *Consumer behavior*. The Dryden Press.
- Bloom, (1976). *Taxonomy of educational objectives: Handbook I – Cognitive domain*. David McKay.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Lee, M. (1983). *Academic administration: Budgeting and decision making with multiple objectives*. University of Nebraska.
- Pender, N. J. (1996). *Health promotion in nursing practice* (3rd ed.). Appleton & Lange.
- Schramm, W. (1960). *Mass Communications* (2nd ed.). University of Illinois Press.



การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมส

กรณีศึกษาผู้ประกอบการโกโก้ตาลวง

ตำบลนาหลวงเสน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครศรีธรรมราช

Cost and Return Analysis of Cocoa Mass Production: A Case Study of Cocoa Entrepreneur in Talung, Naluangsen Subdistrict, Thungsong District, Nakhon Si Thammarat Province

ศศิกานต์ ละงู¹, ชัชฎาภรณ์ บุญชูวงศ์², ทวีพร นาคา² และสุกัญญา บุญขวัญ²

Sasikarn Lanhu¹, Chatchadaporn Boonchuwong², Taweepon Naka² and Sukanya Bunkhwan²

e-mail: sct.ubi@gmail.com

(Received: 2025-10-08 ; Revised: 2026-01-14 ; Accepted: 2026-03-13)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตโกโก้แมส เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้ประกอบการโกโก้ตาลวง ตำบลนาหลวงเสน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 1 ราย เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

ผลการวิจัยพบว่า ราคาขายโกโก้แมส 1,300 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนการผลิตรวม 299.79 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนการผลิตโกโก้แมส ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบร้อยละ 44.04 ต้นทุนค่าแรงงานร้อยละ 4.50 และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตร้อยละ 51.46 มีกำไรสุทธิเฉลี่ย 1,000.21 บาทต่อกิโลกรัม อัตรากำไรต่อยอดขาย 76.94 เท่า และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) 3.33 เท่า ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) 8.97% ระยะเวลาคืนทุน (PBP) 1.18 ปี และมีจุดคุ้มทุน (BEP) อยู่ที่ 54 ถังต่อปี

คำสำคัญ : ต้นทุน ผลตอบแทน โกโก้แมส จังหวัดนครศรีธรรมราช

ABSTRACT

This qualitative research aimed to analyze the costs and returns of cocoa mass production. The sample was selected using purposive sampling and consisted of one cocoa entrepreneur from Taluang Cocoa in Naluangsen Subdistrict, Thung Song District, Nakhon Si

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

¹ Student, Accounting Program, Faculty of Management Science, Southern College of Technology

² Lecturer, Faculty of Management Science, Southern Technology College



Thammarat Province. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using content analysis. Methodological triangulation was employed to enhance the credibility and validity of the findings.

The results revealed that cocoa mass sold for 1,300 baht per kilogram, with total production costs of 299.79 baht per kilogram. Production costs comprised three main components: raw materials (44.04%), labor (4.50%), and manufacturing overhead (51.46%). The average net profit was 1,000.21 baht per kilogram. The profit margin was 76.94%, while the return on investment (ROI) was 3.33. Return on assets (ROA) was 8.97%, the payback period (PBP) was 1.18 years, and the break-even point (BEP) was 54 bags per year.

Keywords: cost, return, cocoa mass, Nakhon Si Thammarat Province

บทนำ

โกโก้ถือเป็นพืชพาณิชย์ที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจโลก โกโก้ได้มีการปลูกในเขตร้อน โดยมี 7 ประเทศที่คิดเป็นเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิตโกโก้ทั่วโลก ได้แก่ โกตดิวัวร์ กานา อินโดนีเซีย เอกวาดอร์ แคนเมอรูน บราซิล และไนจีเรีย สำหรับโกตดิวัวร์และกานาซึ่งครองส่วนแบ่งการผลิตทั่วโลก โกโก้มีส่วนสนับสนุน GDP ของประเทศเหล่านี้ถึง 13.4% และ 2.2% ตามลำดับในปี 2557 เนื่องจากโกโก้ส่วนใหญ่ถูกส่งออกจึงเป็นแหล่งรายได้สำคัญจากการส่งออก โดยโกตดิวัวร์ส่งออกโกโก้และผลิตภัณฑ์โกโก้มูลค่า 5.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และกานาส่งออก 3.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 (ResourceTrade. earth, 2017) และในปี พ.ศ. 2564 โกตดิวัวร์และกานา ซึ่งเป็นสองประเทศผู้ผลิตโกโก้รายใหญ่ที่สุดของโลก ผลิตโกโก้รวมกันมากกว่า 60% ของผลผลิตโกโก้ทั้งหมดของโลก (IntelPoint, 2025) จะเห็นได้ว่า โกโก้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมอาหารทั่วโลก โดยเฉพาะการผลิตช็อกโกแลต ขนม และเครื่องดื่มสำเร็จรูป จนถึงปี พ.ศ. 2563 โกโก้ในตลาดโลกก็ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ประเทศไทยได้มีการจัดให้โกโก้เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสุขภาพและสินค้าที่มีแหล่งผลิตชัดเจน ซึ่งส่งผลทำให้โกโก้กลายเป็นพืชที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการปลูกแทนพืชเชิงเดี่ยวบางชนิด เช่น ยางพาราและปาล์มน้ำมันในบางพื้นที่เพื่อเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร โดยพื้นที่ที่มีความเหมาะสมต่อการปลูกโกโก้ ได้แก่ ภาคใต้ประกอบด้วย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนของภาคเหนือประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดตาก เนื่องจากในจังหวัดดังกล่าวมีสภาพภูมิอากาศที่ร้อนชื้นใกล้เคียงกับประเทศผู้ผลิตโกโก้หลัก เช่น กานา ไบโอรีโคสต์ และอินโดนีเซีย ในปี 2563 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกโกโก้รวมทั้งหมด 5,913 ไร่ ส่วนใหญ่ร้อยละ 30 อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ (ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร, 2563)

ภาคใต้ของประเทศไทยถือเป็นภูมิภาคที่มีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะสมต่อการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจหลากหลายชนิด หนึ่งในนั้นคือ โกโก้ (Cocoa) ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตช็อกโกแลตและผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ ปัจจุบันโกโก้เป็นพืชที่มีความต้องการเร่งด่วนในระยะเริ่มแรก การปลูกโกโก้ในภาคใต้ยังมีความเหมาะสมที่จะทำเกษตรผสมผสานร่วมกับพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ เช่น มะพร้าว ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ทุเรียน และมังคุด วิธีนี้ไม่เพียงช่วยลดต้นทุนในการจัดการสวน แต่ยังเพิ่มให้เกษตรกรมีรายได้หลายทาง ลดความเสี่ยงจากราคาพืชชนิดเดียวผันผวนและรักษาสมดุลทางนิเวศอีกด้วย นอกจากนี้โกโก้ยังใช้พื้นที่ไม่มากและสามารถดูแลควบคู่ไปกับพืชหลักได้ดี โดยทั่วไปแล้วต้นโกโก้สามารถให้ผลผลิตได้หลังจากปลูกประมาณ 3-4 ปี และหากดูแลอย่างเหมาะสมจะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ยาวนานกว่า 20 ปี ในเชิงเศรษฐกิจ การปลูกโกโก้มีความสำคัญต่อเกษตรกรเนื่องจากราคาของเมล็ดโกโก้และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในตลาดโลก การพัฒนาอุตสาหกรรมช็อกโกแลตในประเทศยังเปิดโอกาสให้เกษตรกรสามารถแปรรูปผลผลิตในระดับชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การทำผงโกโก้ เครื่องดื่มช็อกโกแลต ช็อกโกแลตแท่ง โกโก้แอมส์ และสามารถเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแหล่งเรียนรู้ให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษากระบวนการปลูกและแปรรูป ตลอดจนชิมโกโก้ท้องถิ่น โดยเฉพาะโกโก้แอมส์หรือคาเคาแอมส์แตกต่างจากช็อกโกแลต โกโก้แอมส์คือช็อกโกแลตที่ทำมาจากเมล็ดโกโก้ 100 % โดยปราศจากการปรุงแต่งกลิ่น ปราศจากการปรุงแต่งรสชาติใด ๆ รวมไปถึงไม่มีการใส่สารเคมีใด ๆ ผสมด้วย นอกจากนี้โกโก้แอมส์ไม่มีการใส่ไขมันโกโก้หรือผงโกโก้เพิ่มเติมแต่อย่างใด ทั้งนี้เพื่อให้คุณได้สัมผัสรสชาติและกลิ่นแท้จากธรรมชาติของเมล็ดโกโก้ที่อุดมไปด้วยโกโก้บัตเตอร์อันล้ำค่า เมื่อผสมกับน้ำตาลและส่วนผสมอื่น ๆ จากนั้นนำไปผ่านกรรมวิธีเพื่อให้ได้ดาร์กช็อกโกแลต หรือหากเติมนมผงในอัตราส่วนต่าง ๆ ก็จะได้ช็อกโกแลตนมประเภทต่าง ๆ

จังหวัดนครศรีธรรมราชถือเป็นจังหวัดที่มีเกษตรกรและผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการพัฒนาอุตสาหกรรมโกโก้อย่างต่อเนื่อง ในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมาเกษตรกรในจังหวัดได้เริ่มหันมาปลูกโกโก้มากขึ้น การปลูกโกโก้สามารถเป็นทางเลือกใหม่ของเกษตรกรที่ประสบปัญหาด้านราคาพืชเศรษฐกิจเดิม โดยมีหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาให้การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการเกษตรสมัยใหม่และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมเรื่องการแปรรูปและการตลาดออนไลน์ ตลอดจนการสร้างแบรนด์โกโก้ไทยที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน ทำให้โกโก้ของจังหวัดสามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศและเริ่มมีชื่อเสียงในตลาดต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมในการมุ่งเชฟอุตสาหกรรมไทยที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอยู่คู่กับชุมชน เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมในการสร้างรายได้และเป็นการกระจายมูลค่าเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงโดยเฉพาะ “เกษตรอุตสาหกรรม” ซึ่งเกษตรกรไทยมีศักยภาพและมีการเพาะปลูกในทุกภูมิภาค โดยจะมุ่งสนับสนุนทั้งพืชเศรษฐกิจเดิมและพืชเศรษฐกิจใหม่ที่เป็นโอกาส โดยเฉพาะโกโก้ที่สร้างมูลค่าตั้งแต่ผลสดเมล็ดแห้งและการแปรรูปเป็นสินค้าสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกโกโก้ เช่น “กลุ่มโกโก้ตาหลวง” ในตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้มีการพัฒนากระบวนการผลิตตั้งแต่การเพาะปลูก การหมัก การตากแห้ง ไปจนถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์โกโก้แอมส์ ผงโกโก้ และช็อกโกแลตสำเร็จรูป การรวมกลุ่มลักษณะนี้ช่วยสร้างมาตรฐานคุณภาพสินค้าเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร โกโก้ตาหลวงมีกำลังการผลิตวัตถุดิบผลโกโก้สดประมาณ



3,000 กิโลกรัมต่อรอบ มีการแปรรูปเป็นผงโกโก้แมสประมาณ 100 กิโลกรัมต่อรอบ (พวงรัตน์ มีแก้ว, 2567, ความเป็นมาของธุรกิจโกโก้ตาหลวง. สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2567)

ด้วยศักยภาพทางธรรมชาติและการรวมกลุ่มของเกษตรกร รวมถึงการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จังหวัดนครศรีธรรมราชจึงถือว่าโกโก้เป็นพืชเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตและมีความสำคัญที่ไม่เพียงสร้างรายได้ให้เกษตรกร แต่ยังช่วยสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับจังหวัดในฐานะ “แหล่งโกโก้คุณภาพของภาคใต้” การปลูกโกโก้ขึ้นถือเป็นอาชีพใหม่ของเกษตรกรที่หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมการปลูก เนื่องจากโกโก้ไม่ได้ถูกใช้งานแค่ในอุตสาหกรรมอาหาร แต่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งเปลือกและเศษผลผลิต เช่น ผลิตชาโกโก้ ผลิตภัณฑ์ดูดซับคาร์บอนหรือส่วนผสมสกินแคร์ที่สำคัญคือ หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ยิ่งช่วยส่งเสริมคุณค่าทางเศรษฐกิจและความยั่งยืน ที่มีความต้องการสูงในตลาดโลกและทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปโกโก้ เพื่อส่งออกและสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรที่ทำให้ผลตอบแทนที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายกระทรวงอุตสาหกรรม แต่ถึงกระนั้นเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในส่วนด้านบัญชีการเงินในการบริหารธุรกิจ ผวนกับผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวงได้อยู่ภายใต้การดูแลของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ ทำให้คณะผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรภายใต้ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ ได้ทราบถึงปัญหาของผู้ประกอบการที่ยังต้องการความรู้และความเข้าใจทางด้านบัญชี จึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวง ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อหาแนวทางในการคิดต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนมาแปรรูปเป็นโกโก้แมสที่มีผลกระทบต่อการผลิต รวมถึงเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับชาวเกษตรกรที่สนใจที่จะในการดำเนินธุรกิจโกโก้แปรรูป รวมถึงเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ด้วยการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องสามารถวางแผนกำไรได้ ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเกิดการมั่นคงและยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงตลอดจนเกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิตของคนในชุมชนอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวง ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

1. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costs) หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์โดยตรงได้แก่ วัตถุดิบทางตรงค่าแรงทางตรงและค่าใช้จ่ายในการผลิต

2. ส่วนประกอบของต้นทุน (The costs Elements) ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรงค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต

2.1. วัตถุดิบ (Materials) เป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปต้นทุนที่เกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบในการผลิตสินค้าถูกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

- วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตและสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งจัดเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ เช่น ไม้แปรรูป จัดเป็นวัตถุดิบทางตรงของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ใช้ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า เป็นต้น

- วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึง วัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับการผลิตสินค้าแต่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักหรือวัตถุดิบส่วนใหญ่ เช่น ตะปู กาว กระดาษทรายที่ใช้เป็นส่วนประกอบของการทำเครื่องหนังหรือเฟอร์นิเจอร์ ไม้ฉลุลื่น เครื่องจักรเส้นด้ายที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น โดยปกติแล้ววัตถุดิบทางอ้อมอาจจะถูกเรียกว่า “วัสดุโรงงาน” ซึ่งจะถือเป็นค่าใช้จ่ายการผลิตชนิดหนึ่ง

2.2 ค่าแรงงาน (Labor) หมายถึง ค่าจ้างหรือผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างหรือคนงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

- ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานต่าง ๆ ที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง และจัดเป็นค่าแรงงานส่วนสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น คนงานที่ทำงานเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตก็ควรถือเป็นแรงงานทางตรง พนักงานในสายการประกอบ เป็นต้น

- ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึง ค่าแรงงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้ในการผลิตสินค้าเช่น เงินเดือนผู้ควบคุมโรงงาน เงินเดือนพนักงานทำความสะอาดเครื่องจักรและโรงงาน พนักงานตรวจสอบคุณภาพช่างซ่อมบำรุง ซึ่งค่าแรงงานทางอ้อมจะถือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายการผลิต

2.3 ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้านอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรงค่าแรงงานทางตรงเช่น วัตถุดิบทางอ้อมค่าแรงงานทางอ้อมค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่น ๆ ได้แก่ ค่าน้ำค่าไฟ ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น สูตรการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย (ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

ผลตอบแทนคืออัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร จะใช้ในการวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานในกิจการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขาย และอัตราส่วนในการทำกำไรต่อเงินลงทุน อัตราส่วนนี้จะแสดงให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรเป็นสัดส่วนเท่าใดเมื่อเทียบกับยอดขายสุทธิสูตรการคำนวณ (ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา, 2561)

อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Investment หรือ ROI) เป็นเกณฑ์ในการวัดการปฏิบัติงานที่มีความสำคัญมาก เกณฑ์ในการวัดการปฏิบัติงานมีหลายอย่าง เช่น วัดจากการเปลี่ยนแปลงในยอดขายเปลี่ยนแปลงในกำไรหรือวัดจากผลิตผลที่ได้ การวัดแต่ละอย่างมิได้เป็นเกณฑ์วัดที่สมบูรณ์ สูตรในการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนมีดังนี้ (เพชร ชุมทรัพย์, 2554)



$$\text{อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) (เท่า)} = \frac{\text{ผลตอบแทนสุทธิ}}{\text{ต้นทุนเงินลงทุน}}$$

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets หรือ ROA) ในหมวดของการวัดประสิทธิภาพในการบริหารงานของฝ่ายบริหาร เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อัตราความสามารถในการหา กำไร (Earning Power) เป็นการวัดการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ว่าใช้ได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งคำนวณจากสูตร ดังนี้ (เพชร ชุมทรัพย์, 2554)

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) (\%)} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย}} \times 100$$

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Analysis) คือระยะเวลาหรือจำนวนปี การดำเนินงานที่ทำให้ผลตอบแทนสุทธิจากโครงการมีค่าเท่ากับค่าใช้จ่ายในการลงทุนพอดี สามารถคำนวณได้ดังนี้ (กวี วงศ์พูน, 2542)

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน (PBP) (ปี)} = \frac{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

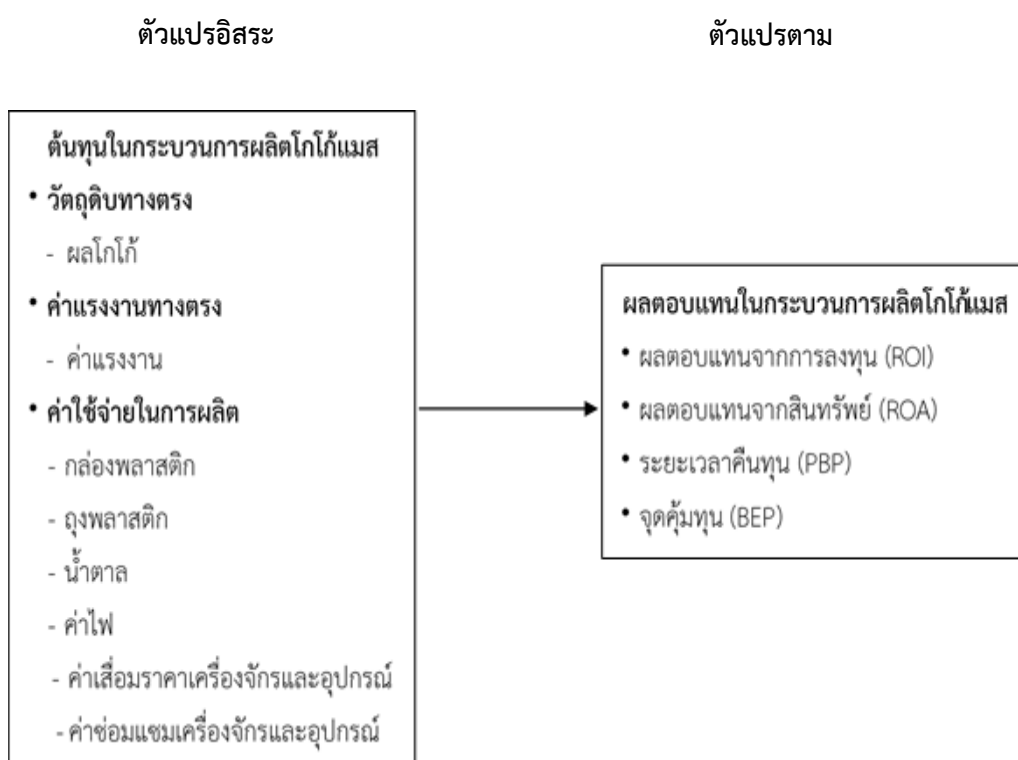
การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Breakeven point) หมายถึง จุดขายแสดงในรูปปริมาณหน่วยขายหรือราคาขายรวม ณ จุดที่ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุนหากพิจารณาจะพบว่า ณ จุดคุ้มทุน คือการการที่กิจการจะต้องขายเพื่อให้ยอดขาย ณ จุดดังกล่าวครอบคลุมทั้ง การวิเคราะห์โดยใช้กำไรขั้นต้นต่อหน่วย เป็นการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดที่ว่า จะต้องขายกี่หน่วยเพื่อให้กำไรขั้นต้นต่อหน่วยครอบคลุมต้นทุนคงที่ทั้งหมด จะทำให้เข้าใจง่ายที่สุด ทั้งนี้เพราะกำไรต่อหน่วยหลังหักต้นทุนผันแปร เหลือเท่าใดก็นำไปหารต้นทุนคงที่ทั้งหมดที่เกิดขึ้นก็เป็นปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุนค่าต้นทุนคงที่ และไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน (เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์, 2554) สูตรการคำนวณหาจุดคุ้มทุนสามารถคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (BEP) (ถุง)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อ}}$$

การวิเคราะห์อัตรากำไรต่อยอดขาย เป็นการเปรียบเทียบกำไรกับยอดขายเป็นการประเมินถึงความสามารถของธุรกิจว่ามีความสามารถทำกำไรที่ หักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้วเป็นเท่าใด โดยสะท้อนให้เห็นว่ากำไร 100 บาท คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย สูตรที่ใช้ในการคำนวณอัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย มีดังนี้ (เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์, 2554)

$$\text{อัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย (\%)} = \frac{\text{กำไร}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$$

สตีเฟน รอสส์. (2557). ได้ให้ความหมายของผลตอบแทน (Returns) ไว้ว่า ผลตอบแทนในอดีตที่อยู่ในรูปแบบของสินทรัพย์ทางการเงินประเภทต่าง ๆ โดยผลตอบแทนจากการลงทุนผู้ลงทุนมีโอกาสที่จะได้กำไรหรือขาดทุนก็ได้เรียกว่าเป็นผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) ซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่เป็นรายได้ (Income) จากการลงทุน และส่วนที่เป็นกำไรหรือขาดทุน (Capital gain or Capital loss) ซึ่งเกิดจากการที่หลักทรัพย์ที่ได้ลงทุนไปนั้นมีราคาสูงขึ้นหรือต่ำลงจากราคาที่เคยลงทุนไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโกโก้ตาลหลง หมู่ที่ 6 ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1 ราย ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผ่านการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างครบ 2 เกณฑ์ ได้แก่ 1) เป็นผู้ประกอบการผลิตโกโก้แมส และ 2) เป็นผู้ประกอบการที่พัฒนากระบวนการผลิตโกโก้แบบครบวงจรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ เป็นผู้รับซื้อเมล็ดโกโก้จากเกษตรกรและจัดการสวนโกโก้ของตนเอง กระบวนการกลั่นน้ำ



ทำการแปรรูปเมล็ดโกโก้เป็นผลิตภัณฑ์เบื้องต้น เช่น ผงโกโก้หรือน้ำโกโก้สำเร็จรูป และกระบวนการปลายน้ำเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น ช็อกโกแลต และเครื่องดื่มโกโก้สำหรับผู้บริโภค จึงทำให้คณะผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้องและครอบคลุมตามหลักเกณฑ์ของลักษณะธุรกิจในช่วงโซ่อุปทาน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) คือ คุณพวงรัตน์ มีแก้ว เจ้าของสถานประกอบการโกโก้ตาลหวง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างประกอบด้วยประเด็นหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจลักษณะของผู้ประกอบการและสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับกระบวนการผลิตหรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจได้ เช่น เพศอาจส่งผลต่อวิธีการบริหารจัดการ อายุสะท้อนประสบการณ์และการปรับตัว สถานภาพทางครอบครัวมีผลต่อความพร้อมในการลงทุนการศึกษาช่วยพัฒนาทักษะและการใช้เทคโนโลยี และรายได้สะท้อนความมั่นคงในการลงทุนและการขยายธุรกิจ 2) ด้านกระบวนการผลิต ผงโกโก้ของกลุ่มวิสาหกิจทุ่งสง ครอบคลุมพันธุ์โกโก้ ราคาผลผลิต การหมัก ตากแห้ง คั่ว บด การแบ่งสัดส่วน และการจัดจำหน่าย ทำให้เห็นการเลือกพันธุ์โกโก้ การกำหนดราคาผลผลิต การควบคุมกระบวนการหมัก การตากแห้ง การคั่วและการบด รวมถึงการแบ่งสัดส่วนในการผลิตและการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังประเมินรายได้เฉลี่ยจากการขายเพื่อสะท้อนความสามารถในการดำเนินธุรกิจและความยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจ และ 3) ด้านต้นทุนและผลตอบแทน ประกอบด้วยการลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต รวมถึงค่าใช้จ่ายทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิตต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนและการประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนที่เกิดขึ้นกับผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน ซึ่งสามารถช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ เช่น การวางแผนการลงทุนหรือการบริหารจัดการต้นทุนให้เหมาะสมกับความสามารถในการทำกำไรและการขยายธุรกิจในอนาคต ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีผลงานวิจัยและเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิดและคำถามแบบปลายปิดโดยขั้นตอนในการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีดังนี้

2.1 การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีลักษณะเป็นรายการคำถามที่กำหนดเรื่องราวไว้เป็นแนวคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลข้อเท็จจริง โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานทางด้านบุคคล สภาพเศรษฐกิจ สังคมบางประการของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้จากการขายโกโก้แมส

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการผลิตโกโก้แมส หมู่ที่ 6 ตำบลนาหลวงเสน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 1.พันธุ์โกโก้ที่ใช้ 2. ราคาผลโกโก้ 3. ผลโกโก้สด 4. เมล็ดโกโก้ 5. ระยะเวลาในการหมัก 6. ระยะเวลาในการตากแห้ง 7. ระยะเวลาในการคั่ว 8. ระยะเวลาในการบด 9. วิธีการแบ่งสัดส่วนโกโก้แมส 10. การจัดจำหน่าย และ 11. รายได้เฉลี่ยจากการขายโกโก้แมส

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมส ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) การลงทุนในสินทรัพย์ (เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต) ได้แก่ 1. เครื่องจักรผลิตโกโก้ 2. เครื่องคั่วเมล็ดโกโก้

3. เครื่องกระเพาะเปลือก 4. เครื่องบดโกโก้ 5. ตู้แช่ 6. โรงเรือน 7. ฐานตะแกรง 8. ตาข่าย 9. พัดลม 10. ลังพลาสติก 11. ไม้พาย 12. ตาชั่งดิจิทัล และ 2) ต้นทุนและค่าใช้จ่ายการผลิต ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบทางตรง คือ ผลโกโก้ ค่าแรงงานทางตรง คือ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการผลิต คือ 1. กล่องพลาสติก 2. ถังกระดาษ 3. น้ำตาล 4. ค่าไฟฟ้า 5. ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ 6. ค่าซ่อมแซมเครื่องจักรและอุปกรณ์

ส่วนที่ 4 คำถามแบบปลายปิด ให้แสดงความคิดเห็นถึงปัญหาและอุปสรรค ที่ผู้ประกอบการได้รับ รวมถึงข้อเสนอแนะ

2.2 นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำปรึกษา และตรวจสอบข้อคำถาม เพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่ถูกต้องเหมาะสม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง หมู่ที่ 6 ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครราชสีมา ผู้ผลิตโกโก้แมส ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการออกแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เพิ่มเติมเพื่อใช้ในการสนับสนุนการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ เอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครราชสีมาโดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลในแบบเชิงคุณภาพขั้นตอนในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตโกโก้แมส ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$4.1.1 \text{ ต้นทุนการผลิต} = \text{จำนวนเงินต่อรอบการผลิต} \div \text{ต้นทุนการผลิตรวม} \times 100$$

$$4.1.2 \text{ ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย} = \text{จำนวนเงินต่อรอบการผลิต} \div \text{จำนวนโกโก้แมส}$$

$$4.1.3 \text{ อัตรากำไรต่อยอดขาย} = \text{กำไร} \div \text{ยอดขาย} \times 100$$

4.2 การวิเคราะห์ผลการตอบแทนการผลิตโกโก้แมส ประกอบด้วย ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ระยะเวลาคืนทุน (PBP) และจุดคุ้มทุน (BEP) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$4.2.1 \text{ ROI} = \text{ผลตอบแทนสุทธิ} \div \text{ต้นทุนเงินลงทุน}$$

$$4.2.2 \text{ ROA} = (\text{กำไรสุทธิ} \div \text{สินทรัพย์รวมเฉลี่ย}) \times 100$$

$$4.2.3 \text{ PBP} = \text{เงินลงทุนเริ่มแรก} \div \text{กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี}$$



$$4.2.4 \text{ BEP} = \text{ต้นทุนคงที่} \div (\text{ราคาขายต่อหน่วย}-\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย})$$

การตรวจสอบความเครื่องมือ

ในการทดสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ นำวิธีการตรวจสอบแบบ 3 เสา (Methodology Triangulation) มาใช้ในการตรวจสอบแบบสอบถามเชิงคุณภาพเพื่อความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ตามวิธีการของเดนซิน (Denzin, 1970) ของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในกรณีศึกษาผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครราชสีมา มีความสำคัญในการเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย โดยการนำวิธีการ Investigator Triangulation มาใช้ คือการให้ผู้วิจัยหลายคนมีส่วนร่วมในการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบและตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากมุมมองที่หลากหลาย ซึ่งช่วยลดความลำเอียง (Bias) ที่อาจเกิดขึ้นจากมุมมองส่วนตัวหรือประสบการณ์ของผู้วิจัยคนใดคนหนึ่ง ผลจากการใช้วิธีนี้ในกรณีศึกษาผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวงพบว่า การสลับหรือเปลี่ยนผู้วิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ ของการศึกษาได้ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้อาภิบาลวิเคราะห์และสรุปได้ การใช้เทคนิคนี้ยังช่วยในการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตโกโก้ให้มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง หมู่ที่ 6 ตำบลนาหลวงเสน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2567 มีพนักงานจำนวน 7 คน เจ้าของกิจการ 1 คน พนักงานขาย 1 คน พนักงานฝ่ายการผลิต 6 คน มีประสบการณ์ในการปลูกต้นโกโก้ประมาณ 5 ถึง 10 ปี ซึ่งสามารถออกผลได้ในช่วง 5 -6 เดือนของทุกปี ผู้ประกอบการมีรายได้จากการขายโกโก้แมส 90,000 บาทต่อเดือน (โดยยังไม่หักค่าใช้จ่าย) ผู้ประกอบการมีความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและได้ศึกษาค้นคว้าขั้นตอนวิธีการผลิตด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่นอินเทอร์เน็ตและผู้ประกอบการที่เคยทำมาก่อนจะมีการจดบันทึกและการทำรายรับรายจ่ายทุกครั้ง เพื่อประกอบการพิจารณาถึงต้นทุน และผลตอบแทนที่ได้จากการผลิตโกโก้แมส

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการผลิตโกโก้แมส

เริ่มจากการเก็บเกี่ยวผลโกโก้สุก ผ่าเอาเมล็ดออก จากนั้นนำเมล็ดไปหมักประมาณ 7 วัน เพื่อพัฒนารสชาติและกลิ่น ลดความขม แล้วนำไปทำแห้งด้วยการตากแดดหรือใช้เครื่องจักรจนความชื้นลดลงเหลือราว 7% เมล็ดแห้งจะถูกทำความสะอาด คัดคุณภาพ และคั่วที่อุณหภูมิประมาณ 120-130 องศาเซลเซียส ก่อนนำไปบดต่อเนื่องจนได้ผงโกโก้แมส



ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมส

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวง

รายการต้นทุน	จำนวนเงิน (บาท/รอบการผลิต)	สัดส่วน (%)
วัตถุดิบ :		
ผลโกโก้	24,000	44.04
ค่าแรงงานทางตรง	2,450	4.50
ค่าใช้จ่ายในการผลิต :		
1. กล่องพลาสติก	2,600	
2. ถูกระดาษ	390	
3. น้ำตาล	250	
4. ค่าไฟฟ้า	4,000	
5. ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์	18,800	
6. ค่าซ่อมแซมเครื่องจักรและอุปกรณ์	2,000	
	28,040	51.46
รวมต้นทุนการผลิต	54,490	100.00

ตารางที่ 2 ผลการคำนวณต้นทุนการผลิตโกโก้แมสต่อกิโลกรัมของผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวง

รายการ	สูตรการคำนวณ	ผลการ วิเคราะห์	หน่วย
ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย	$54,490 \div 181.76$	299.79	บาท

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตแต่ละรอบการผลิต พบว่าสามารถผลิตโกโก้แมสได้ 181.76 กิโลกรัม
ดังนั้น ต้นทุนการผลิตต่อกิโลกรัม เท่ากับ 299.79 บาท

ตารางที่ 3 เงินลงทุนเริ่มแรก

รายการ	จำนวน	หน่วยนับ	ราคา ต่อหน่วย	ต้นทุน รวม	อายุการ ใช้งาน	ต้นทุน คงที่ต่อปี
1.เครื่องจักรผลิตโกโก้	1	เครื่อง	150,000	150,000	10 ปี	15,000
2.เครื่องคั่วเมล็ดโกโก้	1	เครื่อง	35,000	35,000	10 ปี	3,500
3.เครื่องกระเทาะเปลือก	1	เครื่อง	45,000	45,000	10 ปี	4,500
4.เครื่องบดโกโก้	1	เครื่อง	1,500	1,500	5 ปี	300
5.ตู้แช่	3	ตู้	10,000	30,000	10 ปี	3,000



รายการ	จำนวน	หน่วยนับ	ราคา ต่อหน่วย	ต้นทุน รวม	อายุการ ใช้งาน	ต้นทุน คงที่ต่อปี
6.โรงเรือน	1	โรงเรือน	120,000	120,000	10 ปี	12,000
7.ฐานตะแกรง	14	แผง	5,000	70,000	10 ปี	7,000
8.ตาข่าย	2	ม้วน	1,200	2,400	2 ปี	1,200
9.พัดลม	2	ตัว	2,600	5,200	7 ปี	743
10.ลังพลาสติก	14	ใบ	2,500	35,000	8 ปี	4,375
11.ไม้พาย	1	อัน	250	250	10 ปี	25
12.ตาข่ายดักจืด	4	เครื่อง	1,805	7,220	5 ปี	1,444
รวม	45	ชิ้น		501,570		53,087

ตารางที่ 4 ผลการคำนวณสินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ยของผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวง

รายการ	สูตรการคำนวณ	ผลการ วิเคราะห์	หน่วย
สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย	$501,570 \div 45$	11,146	บาท

ตารางที่ 5 ผลการคำนวณอัตรากำไรต่อยอดขายของผู้ประกอบการโกโก้ตาหลวง

รายการ	สูตรการคำนวณ	ผลการ วิเคราะห์	หน่วย
อัตรากำไรต่อยอดขาย	$(1,000.21 \div 1,300) \times 100$	76.94	%

ผลการคำนวณต้นทุนการผลิตโกโก้แมสมีค่าเฉลี่ย 299.79 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาจำหน่ายอยู่ที่ 1,300 บาทต่อกิโลกรัม แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสม ต้นทุนการผลิตโกโก้แมส ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบร้อยละ 44.04 ต้นทุนค่าแรงงานร้อยละ 4.50 และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตร้อยละ 51.46 มีกำไรสุทธิเฉลี่ย 1,000.21 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็น 76.94% ของราคาขาย

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการผลิตโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง

ตัวชี้วัดทางการเงิน	สูตรการคำนวณ	ผลการวิเคราะห์	หน่วย
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)	$1,000.21 \div 299.79$	3.33	เท่า
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	$(1,000.21 \div 11,146) \times 100$	8.97	%
ระยะเวลาคืนทุน (PBP)	$501,570 \div 426,120$	1.18	ปี
จุดคุ้มทุน (BEP)	$53,087 \div (1,300 - 299.79)$ $= 53,087 \div 1,000.21$	54	ถุงต่อปี

ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนมีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) 3.33 เท่า และผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) 8.97% สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างผลกำไรและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีระยะเวลาคืนทุนเพียง 1.18 ปี (ประมาณ 1 ปี 2 เดือน 5 วัน) แสดงถึงความเสี่ยงที่ไม่สูง และมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 54 ถุงต่อปี ซึ่งไม่สูงมาก ทำให้มีศักยภาพและเหมาะสมต่อการลงทุนอย่างสูง

อภิปรายผล

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผงโกโก้แมส กรณีศึกษาผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง ตำบลนาหลวงเสน อำเภอยะรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตผงโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง พบว่าการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตผงโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง พบว่า ต้นทุนรวม 299.79 บาทต่อกิโลกรัม โดยประกอบด้วยต้นทุนค่าวัตถุดิบร้อยละ 44.04 ค่าแรงงานร้อยละ 4.50 และค่าใช้จ่ายในการผลิตร้อยละ 51.46 ของต้นทุนรวม ผลการคำนวณแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีกำไรสุทธิเฉลี่ย 1,000.21 บาทต่อกิโลกรัม หรือมีอัตรากำไรต่อยอดขายสูงถึง 76.94 เท่า สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนและการดำเนินการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ชี้ว่าการผลิตผงโกโก้แมสมีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจสูงและสามารถพัฒนาเป็นต้นแบบอุตสาหกรรมโกโก้ระดับชุมชนได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร โสมคำภา, กาญจนา วงคหมื่น, เกวลี พันธะบัว, สิริกุล จันทิมา และเกศสุตา แก่นจันทร์ (2562) พบว่า รายได้ 21,000 บาท/ไร่ มีต้นทุนรวม 1,750 บาท/ไร่ และมีกำไรสุทธิ 19,250 บาท/ไร่ โดยใช้วิธีการปลูกแบบปลอดภัยไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนของการปุ๋ยเคมี ค่ายาฆ่าแมลงและ ค่ากำจัดศัตรูพืช ทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้เช่นกัน ดังนั้นหากชาวนามีการเปลี่ยนแปลงการผลิตข้าว โดยลดการใช้ปุ๋ยเคมี จะสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้มากถึง 888.17 บาท/ไร่ ประกอบด้วยปุ๋ยเคมี 515.58 บาท/ไร่ และ ค่าแรงงานใส่ปุ๋ย 373.13 บาท/ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 16.50 ของต้นทุนการผลิต



2. การวิเคราะห์ผลตอบแทนการผลิตผงโกโก้แมสของผู้ประกอบการโกโก้ตาลหวง พบว่า การลงทุนในการผลิตผงโกโก้แมสมีความคุ้มค่าในระดับที่น่าพอใจ โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ 3.33 เท่า แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสามารถสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าต้นทุนการลงทุนถึงกว่า 3.33 เท่า ขณะที่อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) เท่ากับ 8.97% สะท้อนถึงธุรกิจสามารถสร้างกำไรสุทธิได้ 8.97 บาทต่อสินทรัพย์เฉลี่ยทุก ๆ 100 บาทที่มีอยู่ ทั้งนี้ธุรกิจสามารถสร้างกระแสเงินสดกลับมาครอบคลุมเงินลงทุนเริ่มแรกทั้งหมด 501,570 บาท ได้ภายในระยะเวลาประมาณ 1 ปี 2 เดือน 5 วัน และธุรกิจจะต้องขายสินค้าให้ได้จำนวน 54 ถุงเป็นอย่างต่ำ จึงจะครอบคลุมค่าใช้จ่ายคงที่และผันแปรทั้งหมด ซึ่งโดยสรุป แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไรของโครงการในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ วรรณโล และ นกุล อินทกุล (2566) พบว่า มูลค่าเพิ่มจากข้อมูลภาพรวมปริมาณผลผลิต ต้นทุน ราคาขาย กำไรขั้นต้นและมูลค่าเพิ่มในแต่ละขั้นตอนการแปรรูปผลผลิตโกโก้กรณีที่เกษตรกรดำเนินการผลิตเอง ในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโกโก้เชียงราย การคำนวณมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ในแต่ละขั้นตอน พบว่า จากผลโกโก้สด 100 กก. เมื่อนำมาแปรรูปจนได้เป็นโกโก้ nibs และผงโกโก้ nibs จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้ 207.60 ถึง 247.72 (% ของผลสด) และเมื่อแปรรูปเป็นโกโก้แมสที่จะนำไปเป็นส่วนประกอบของอาหารและเครื่องดื่ม และช็อคโกแลตบาร์พร้อมบริโภค จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงถึง 373.25 ถึง 1,097.18 (% ของผลสด)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 การคำนวณต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการควรอาศัยการจัดเก็บข้อมูลต้นทุนอย่างเป็นระบบ และถูกต้อง โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบทางตรง แรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต การมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตจะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสม สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง และสนับสนุนการวางแผนกำไรอย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่ความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตในระยะยาว

1.2 ความสามารถในการสร้างผลกำไร ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีระยะเวลาคืนทุนเพียง 1.18 ปี (ประมาณ 1 ปี 2 เดือน 5 วัน) สะท้อนให้เห็นถึงระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ไม่สูง และมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 54 ถุงต่อปี ซึ่งอยู่ในระดับที่สามารถบริหารจัดการได้ ผลการศึกษานี้จึงสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้ผลิตที่สนใจ โดยเฉพาะในการวางแผนการผลิต การกำหนดเป้าหมายการขาย และการบริหารต้นทุนให้เหมาะสม นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นแนวทางในการส่งเสริม สนับสนุน หรือขยายผลโครงการ เพื่อเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจและสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้แก่ชุมชนหรือกลุ่มผู้ผลิตในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการติดตามและประเมินผลการนำระบบต้นทุนไปใช้โดยผู้ผลิตโกโก้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มและประเมินความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเป็นระบบ และนำผลการศึกษามาพัฒนาต้นแบบระบบให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมกับการใช้งานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาต้นแบบระบบต้นทุนในลักษณะโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสามารถบันทึกข้อมูลต้นทุนการผลิต วิเคราะห์มูลค่าเพิ่ม และประเมินความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์โกโก้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกต่อผู้ผลิต

เอกสารอ้างอิง

- กวี วงศ์พูน. (2542). *ภาวะผู้นำ*. ศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพบัญชี.
- เฉลิมขวัญ ครุฑบุญวงศ์. (2554). *การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา. (2561). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์
- เพชร ชุมทรัพย์. (2554). *การวิเคราะห์งบการเงิน*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สตีเฟน รอสส์. (2557). *การจัดการการเงินธุรกิจ[Fundamentals of Corporate Finance]* (พูนศักดิ์ แสงสันต์ และกิตติ พันธ คงสวัสดิ์เกียรติ, แปล). กรุงเทพฯ:ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 2008)
- วรลักษณ์ วรรณโล และนุกูล อินทกุล. (2566). การศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์โกโก้ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนโกโก้เชียงราย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 8(2), 60–80.
- ศิริพร โสมคำภา, กาญจนา วงคหมื่น, เกวลี พันธบัว, สิริกุล จันทิมา และเกศสุตา แกนจันทร์. (2562). ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกชาวเขาพันธ์ กข 29 (ชัณนาท 80) ในเขตพื้นที่หมู่ 4 บ้านไร่อู่ม ตำบลห้วยช้างอำเภอพวานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร. ใน ปาจารย์ ผลประเสริฐ (บ.ก.), *รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 6*. (น.834-843). มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
<https://research.kpru.ac.th/conference6/>
- ศิริวัฒน์ ทรงธนศักดิ์. (2562). *คู่มือการจัดทำและวิเคราะห์ประมาณการข้อมูลต้นทุนการผลิตพืช*. ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร. (2563). *คู่มือการผลิตโกโก้ลูกผสมชุมพร 1*. ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร.
- Denzin, N. K. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldine Publishing Co.
- Resourcetrade.earth. (2017). *Cocoa trade climate change and deforestation*.
<https://resourcetrade.earth/publications/cocoa-trade-climate-change-and-deforestation>
- Intelpoint. (2025). *Global cocoa production leaders: top 10 countries & market evolution (1990-2024)*. <https://intelpoint.co/blogs/top-cocoa-producing-countries-trends/>



ภาคผนวก



คำแนะนำในการตีพิมพ์บทความ



คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ
วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (Journal of Management Science and Accounting) ISSN 2821-9600 (Online) เว็บไซต์ https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU

มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้สำคัญในศาสตร์สาขาวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ ต่อยอดและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น สังคม อีกทั้งเพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาทางด้านวิทยาการจัดการ ก่อให้เกิดประโยชน์คุณค่าสร้างการยอมรับในสังคม กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-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 โดยกองบรรณาธิการ สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขบทความตามความเหมาะสม

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

ขอแนะนำให้ผู้เขียนบทความดาวน์โหลดต้นแบบบทความ (Template) บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ ที่เมื่อดาวน์โหลดสำหรับผู้เขียนบทความ

1. การส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ ให้มีความยาวของบทความไม่เกิน 15 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (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. ชื่อเรื่องบทความ ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 pt. (ตัวหนา)
4. ชื่อผู้แต่ง (Author Name) ต้องมีชื่อเต็ม-นามสกุลเต็ม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวปกติ) และ e-mail ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น
5. ที่อยู่หรือหน่วยงานสังกัดของผู้แต่ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวปกติ) จัดชิดซ้ายในเชิงอรรถหน้าแรกของบทความ โดยระบุชื่อหน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด
6. หัวข้อ ได้แก่ บทคัดย่อ Abstract บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา)
7. ชื่อภาพ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวปกติ) ให้ระบุไว้ใต้ภาพ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษใต้ภาพ



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

การเขียนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงเอกสาร ควรอ้างอิงจากผลงานวิชาการต่าง ๆ ที่มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ ในการเขียนเอกสารอ้างอิงนี้ใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA, 7th Edition) ประกอบด้วย การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation) และการอ้างอิงท้ายบทความ (Reference) โดยมีรูปแบบดังนี้

การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation)

การอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหาระบุชื่อผู้แต่ง ปีพิมพ์ และหมายเลขหน้า (การอ้างอิงผลงานจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ต้องระบุหมายเลขหน้า) ในกรณีที่เป็นการอ้างอิงเนื้อหาโดยตรง หรือแนวคิดบางส่วน หรือเป็นการคัดลอกข้อความบางส่วนมาโดยตรง สำหรับรูปแบบการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา สามารถกระทำได้หลายรูปแบบ ดังนี้

1. กรณีอ้างอิงท้ายข้อความ (ผู้แต่ง, ปีพิมพ์, เลขหน้า)

(อิราวัฒน์ ชมระกา และคณะ, 2565, น. 65-69)

(Schiffman & Kanuk, 2010, p. 18)

(Smartbiz Team, 2020, p. 150)

(Kotler et al., 2018, pp. 87-92)***กรณีที่มีผู้แต่ง 3 คน หรือมากกว่า***

ตัวอย่างประโยค

คำนิยาม “ผู้สูงอายุ” ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 คือ บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายขององค์กรสหประชาชาติที่ว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2561)

2. กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหา ผู้แต่ง (ปีพิมพ์)

ศรีไพร สกลพันธ์ (2562) ได้ศึกษาถึง.....

Chaffey (2004) studied.....

ตัวอย่างประโยค

กุสุมา สิดาเพ็ง (2565) พบว่าผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกองแหะ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีสภาพการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลทางธุรกิจและ



ใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในการติดต่อสื่อสารแต่ยังไม่สามารถนำมาเพิ่มยอดขายได้ จึงมีความต้องการในการพัฒนาสื่อตลาดออนไลน์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมเนื่องจาก.....

3. การอ้างอิงรายการเดียวกันแต่มีผู้แต่งแตกต่างกัน ให้เรียงตามอักษรของผู้แต่งค้นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค (;) กรณีที่งานมีทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศถูกอ้างอิง พร้อมกันให้เริ่มที่งานเขียนภาษาไทยก่อน

(Pasricha et al., 2018; Satar & John, 2016)

(ชญานันท์ ตียะตระการชัย และคณะ, 2564; บุษกร ปังประเสริฐ และคณะ, 2563)

(บุษกร ปังประเสริฐ และคณะ, 2563; Shin, 2018)

(เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์, 2564; บริสุทธิ แสนคำ, 2564; ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561; Loureiro & Gonzalex, 2008; Xiang & Gretzel, 2010)

4. กรณีการอ้างอิงเอกสารที่ไม่ใช่เอกสารต้นฉบับ ให้ระบุชื่อเอกสารต้นฉบับและคำว่า “อ้างอิงใน” สำหรับภาษาไทย หรือ “as cited in” สำหรับภาษาอังกฤษตามด้วยชื่อผู้แต่งเอกสารทุติยภูมิ และปีพิมพ์ สำหรับการลงรายการอ้างอิงท้ายเล่ม ลงชื่อผู้แต่งเอกสารทุติยภูมิเท่านั้น

(กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562, น. 145, อ้างถึงใน ชัชวาล ภาณุศุภนิรันดร์, 2567, น. 33)

(Kotler & Gertner, 2002, as cited in Han, 2021, p. 1028)

(Berthon et al., as cited in Chaffey, D., 2004)

Henslowe's diary (as cited in Marlowe, 2021)

5. การอ้างอิงการสัมภาษณ์ ซึ่งอาจเป็นบันทึก บทสนทนาทางโทรศัพท์ หรือเอกสารอื่น ๆ รวมทั้งการสัมภาษณ์ที่ไม่ได้อ้างอิงมาจากแหล่งอื่น (สัมภาษณ์เอง) ไม่ต้องระบุในเอกสารอ้างอิงท้ายเล่ม แต่ให้ระบุในเนื้อหาโดย ระบุชื่อสกุลของเจ้าของเอกสาร หรือ ผู้ถูกสัมภาษณ์ และวันที่ให้สัมภาษณ์ให้ถูกต้อง เช่น

เด่นดวง วงศ์แก้ว (สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2561) ให้ความเห็นว่า.....

(วงศ์แก้ว, เด่นดวง, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2561) ให้ความเห็นว่า.....

D. Waller (Personal communication, January 17, 2024) give an opinion that



(Waller, D., Personal communication, January 17, 2024) give an opinion that

6. การอ้างอิงบางส่วนของเอกสาร ให้ระบุชื่อผู้แต่ง ปี และข้อมูลเกี่ยวกับเอกสาร เช่น ย่อหน้า บท ตาราง ภาพ หมายเลขสไลด์ เช่น

(สมสกุล เผ่าจินตามุข, 2564, ย่อหน้า 4)

(Chaffey, 2004, Table 1)

(NESDC Economic Report, 2022, Slide 1)

(Senge, 1990, paras. 1-3)

การอ้างอิงท้ายบทความ (Reference)

ข้อกำหนดในการเขียนเอกสารอ้างอิง

1. ชื่อผู้แต่ง

1.1 ผู้แต่งคนไทย ไม่ต้องระบุคำนำหน้านาม เช่น นาย นาง นางสาว ตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ คำเรียกทางวิชาชีพ เช่น นายแพทย์ แพทย์หญิง ทันตแพทย์ สัตวแพทย์ ยศทางทหารและตำรวจ เช่น สิบเอก สิบโท ร้อยตรี นาวาอากาศเอก พลตำรวจตรี นาวาตรี วุฒิทางการศึกษา เช่น ดร. เป็นต้น

รองศาสตราจารย์ ดรสมบัติ นพรัก.	ลงรายการเป็น	สมบัติ นพรัก.
ร้อยตำรวจเอก สืบศักดิ์ มีวินัย	ลงรายการเป็น	สืบศักดิ์ มีวินัย.
แพทย์หญิงลลนา ก้องธรนินทร์	ลงรายการเป็น	ลลนา ก้องธรนินทร์

1.2 ผู้แต่งชาวต่างประเทศ ไม่ต้องระบุคำนำหน้านาม ให้ระบุเฉพาะชื่อ โดยให้ลงนามสกุลตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และต่อด้วยอักษรย่อของ ชื่อต้น และชื่อรอง

M .A .Khan	ลงรายการเป็น	Khan, M .A.
Zhang Yahan	ลงรายการเป็น	Yahan, Zhang.
Cecilia I .Delve	ลงรายการเป็น	Delve, Cecilia I.
Associate Professor Dr .William Harry Yang	ลงรายการเป็น	Yang, W .H.

1.3 ผู้แต่งชาวไทยที่เขียนหนังสือเป็นภาษาอังกฤษ จะลงรายการผู้แต่งโดยใช้นามสกุลขึ้นต้น เหมือนผู้แต่งชาวต่างประเทศ



Kanlaya Vanichbancha	ลงรายการเป็น	Vanichbancha, K.
----------------------	--------------	------------------

1.4 ผู้แต่งมีฐานันดรศักดิ์และบรรดาศักดิ์ ให้กลับฐานันดรศักดิ์ หรือบรรดาศักดิ์ ไว้หลังชื่อ โดยมี เครื่องหมายจุลภาคคั่น

กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา เจ้าฟ้ามหาดจักรี สิรินคร	ลงรายการเป็น	เทพรัตนราชสุดาเจ้าฟ้ามหาจักรีสิรินธรกรม , สมเด็จพระ
หม่อมราชวงศ์เสนีย์ ปราโมช	ลงรายการเป็น	เสนีย์ ปราโมช.ม.ร.ว ,
แพทย์หญิงคุณหญิงพรทิพย์ โรจน สุนันท์	ลงรายการเป็น	พรทิพย์ โรจนสุนันท์คุณหญิง ,

1.5 ผู้แต่งมีสมณศักดิ์ ให้ลงชื่อสมณศักดิ์ และถ้าทราบชื่อเต็มให้ใส่ไว้ในวงเล็บต่อจากชื่อสมณศักดิ์

พระราชรัตนรังสี (วิริยฤทธิ์ วิริยโท)
พระราชพรหมยาน (หลวงพ่อกุญชีสิงดำ)

1.6 ผู้แต่งคนเดียวกัน แต่งหนังสือหลายชื่อเรื่องและพิมพ์ในปีเดียวกัน ถ้าเป็นภาษาไทย ให้ใส่ อักษร ก, ข, ไว้ท้ายปีที่พิมพ์ตามลำดับ ส่วนภาษาอังกฤษ ให้ใส่อักษร a, b, c, d ไว้ท้ายปีที่พิมพ์

สมัยศ นาวิการ (2543 ก)
(Oxford University, 2019b)

1.7 จำนวน และประเภทผู้แต่ง

รูปแบบ	การอ้างอิงในเนื้อหา	การอ้างอิงท้ายบทความ
ผู้แต่ง 1 คน	(สุนทร ชุตินธรา นนท์, 2562, น. 17)	สุนทร ชุตินธรานนท์. (2562). ในยุคอวกาศนครศรีฯ ไม่ เคยเสื่อม (พิมพ์ครั้งที่ 3). มติชน.
	(Foster, 1973)	Foster, G. M. (1973). Tradition Societies and Technological Change. Harper and Row.



รูปแบบ	การอ้างอิงในเนื้อหา	การอ้างอิงท้ายบทความ
ผู้แต่ง 2 คน	(ลัดดาวัลย์ สำนราญ และอัครินทร์ ศรีสุข, 2564)	ลัดดาวัลย์ สำนราญ และอัครินทร์ ศรีสุข. (2564). <i>ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Mymo</i> . มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
	(Nunnally & Bernstein, 1994) หรือ Nunnally & Bernstein. (1994)	Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). <i>Psychometric Theory (3rd ed.)</i> . McGraw-Hill.
ผู้แต่ง 1-20 คน ระบุชื่อทุกคน ***ใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นและคำว่า และก่อนคนสุดท้าย	ธีรพล อุ่นจันทา และคณะ, 2565, น. 15-27) หรือ ธีรพล อุ่นจันทา และคณะ (2565, น. 15-27)	ธีรพล อุ่นจันทา, พิชราภา เสี่ยงดี, ภาณุมาศ จิตต์กล้า, ณัฐนันท์ ฐิตียาปราโมทย์, และสรัญญา บัลลังก์. (2565). ผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่ส่งต่อคุณภาพในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร. <i>วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี</i> , 1(2), 15-27.
	(Hair et al., 2010) หรือ Hair et al. (2010)	Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Thatham, R. L. (2010). <i>Multivariate data analysis (6th ed.)</i> . Prentice Hall International.
ผู้แต่ง 21 คน ขึ้นไป ระบุชื่อ 19 คนแรก และใช้... ตามด้วยชื่อคนสุดท้าย โดยหน้าและหลังแต่ละจุดต้อง	อิราวัฒน์ ชมระกา และคณะ, 2558, น. 34) หรือ อิราวัฒน์ ชมระกา และคณะ (2558, น. 34)	อิราวัฒน์ ชมระกา, กิ่งดาว จินดาเทวิน, ศิริกานดา แหยมคง, สีนินาถ วิกรมประสิทธิ, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, สุกัญญา สุจาคำ, กมลวรรณ มั่งคั่ง, วริศรา ดวงตาน้อย, ตฤาพร จันทร์กวี, ธิดารัตน์ เหมือนเดชา, ชัชชัย สุจริต, อุษณีย์ มากประยูร, นันทมนัส หอมเพียร, ศรีไพร สกุลพันธ์, สิทธิพร พรอุดมทรัพย์, นิยดา รักวงษ์, พิชญาวพร ฬิรพันธุ์, ธนเทพ สุดแสง,



รูปแบบ	การอ้างอิงในเนื้อหา	การอ้างอิงท้ายบทความ
เว้นวรรค 1 ระยะ		จักษพ พานิช, . . . เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง. (2558). <i>การประเมินคุณธรรมและความ โปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงาน ภาครัฐ</i> . มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
	(Owe et al., 2012, p. 30) หรือ Owe et al. (2012, p. 30)	Owe, E., Vignoles, V. L., Becker, M., Brown, R., Smith, P. B., Lee, S. W. S., Easterbrook, M., Gadre, T., Zhang, X., Gheorghiu, M., Baguma, P., Tatarko, A., Aldhafri. S., Zinkeng, M., Schwartz, S. J., Des Rosiers, S. E., Villamar, J., Mekonnen, K. H., Regalia, C., ... Jalal, B. (2012). Contextualism as an important facet of individualism-collectivism: Personhood beliefs across 37 national groups. <i>Journal of Cross-Cultural Psychology</i> , 44(1), 24-45.
ผู้แต่งที่เป็น หน่วยงาน	สำนักงาน ปลัดกระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา (2563)	สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). <i>Covid-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563</i> . สำนักงาน.
ผู้รับผิดชอบ เป็น บรรณาธิการ	ไพเราะ เลิศวิราม (บ.ก.), 2550)	ไพเราะ เลิศวิราม (บ.ก.). (2550). <i>เศรษฐกิจพอเพียง [Sufficiency economy]</i> (พิมพ์ครั้งที่ 2). Positioning Books.
	Atweigh et al. (Eds.), 1998)	Atweigh, A., Kemmis, S., & Weeks, P. (Eds.). (1998). <i>Action Research in Practice</i> . Routledge.

2. ปีพิมพ์



2.1 ระบุปีพิมพ์ในเครื่องหมายวงเล็บตามหลังชื่อผู้แต่ง และปิดด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.)

อุบลวรรณ สุวรรณภูมิธิ์ และอำพล ชะโยมชัย. (2556) .

Aaker, D. A. (2001).

2.2 หนังสือที่อยู่ในระหว่างการพิมพ์ ให้ลงคำว่า กำลังจัดพิมพ์ หรือ in press ในเครื่องหมายวงเล็บแทนปีพิมพ์

(กำลังจัดพิมพ์).

(in press).

2.3 หนังสือที่ไม่ปรากฏปีพิมพ์ ใส่อักษรย่อในเครื่องหมายวงเล็บแทนปีพิมพ์

(ม.ป.ป.).	แทนคำเต็มจาก	ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์
(n.d.).	แทนคำเต็มจาก	No date

3. ครั้งที่พิมพ์

3.1 หนังสือที่พิมพ์ครั้งที่ 1 หรือพิมพ์ครั้งแรก ไม่ต้องระบุในรายการอ้างอิง

3.2 หนังสือที่พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไปใส่ครั้งที่พิมพ์ต่อจากชื่อเรื่อง โดยระบุครั้งที่พิมพ์ในเครื่องหมายวงเล็บและตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค ถ้าเป็นภาษาอังกฤษระบุครั้งที่พิมพ์และตามด้วยตัวย่อ edition (ed.)

(พิมพ์ครั้งที่ 2).

(2nd ed.).

(พิมพ์ครั้งที่ 4).

(4th ed.).

4. สำนักพิมพ์

4.1 ระบุชื่อสำนักพิมพ์ที่ปรากฏบนผลงาน พิจารณาให้สอดคล้องกับปีพิมพ์และครั้งที่พิมพ์ โดยไม่ใช่ชื่อย่อ ให้ตัดคำว่า สำนักพิมพ์ ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท หรือคำว่า Publishers, Co., และ Inc. ซึ่งไม่จำเป็นต้องระบุ แต่ให้คงคำว่า Books คำว่า Press ในชื่อของสำนักพิมพ์ไว้

บริษัท สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ จำกัด	ลงรายการเป็น	สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
--	--------------	---------------------------------



สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ลงรายการเป็น	สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	ลงรายการเป็น	ซีเอ็ดดูเคชั่น.
John Wiley & Sons., Inc.	ลงรายการเป็น	John Wiley & Sons.
Pearson Education Limited.	ลงรายการเป็น	Pearson Education.
Oxford University Press	ลงรายการเป็น	Oxford University Press.
Prentice-Hall, Inc.	ลงรายการเป็น	Prentice-Hall.
SAGE Publishing	ลงรายการเป็น	SAGE.

4.2 กรณีไม่ปรากฏชื่อสำนักพิมพ์ ให้ใส่โรงพิมพ์แทนโดยให้คงคำว่าโรงพิมพ์ไว้

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
Cambridge University Press.

4.3 หากไม่ปรากฏทั้งชื่อสำนักพิมพ์ และโรงพิมพ์ ให้ใช้อักษรย่อ ดังนี้

ม.ป.พ.	แทนคำเต็มจาก	ไม่ปรากฏสำนักพิมพ์
n.p.	แทนคำเต็มจาก	No publisher

การอ้างอิงทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ

1. หนังสือ

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อเรื่อง./ (ครั้งที่พิมพ์ พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). ไทยเนรมิตกิจอินเตอร์โพรเกรสซิฟ.

พระธรรมวิสุทธิมงคล (หลวงตาพระมหาบัว ญาณสัมปันโน). (2554). *นิพพานคือนิพพาน*. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.

ธัญญธีรา อภิกุลวราชีษฐ์. (2565). *รวมสารพัดเทคนิคขายรัว ๆ ทาง Facebook และ Social*. วิตต์กรุ๊ป.

วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์ และ ศิวพร ปกป้อง. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการกระทำ ความรุนแรงทั้งทางกายภาพและการข่มเหงรังแกผ่านโลกโซเชียลของเยาวชนไทย*. ปัญญาสมาพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย.



Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B.J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I., (2024). *Marketing 6.0*. Wiley & Sons.

2. หนังสือแปล

ผู้แต่งต้นฉบับ./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อเรื่องที่แปล [ชื่อต้นฉบับ] (ชื่อผู้แปล./ ผู้แปล)/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

คอตเลอร์ ฟิลิป, เหมะวัน การกระจาย และไปวัน เซเตียวาน. (2564). *การตลาด 5.0* [Marketing 5.0] (สมสกุล เผ่าจินตามุข, ผู้แปลและเรียบเรียง). เนชั่นบุ๊คส์.

คอกทเลอร์, พี., เฮสเซนเคียล, ดี. และลี, เอ็น. อาร์. (2556). *Good Works* [การบริหารการตลาดและองค์กรยุคใหม่เพื่อโลกสดใส เพิ่มกำไรและความสำเร็จ] (ณัฏฐ์ จารุวัฒน์, ผู้แปลและเรียบเรียง). เนชั่นบุ๊คส์.

สมาร์, บี. (2555). *มิเชล ฟูโกต์* [Michel Foucault] (จามะรี เชียงทอง และสุนทร สราญจิต, ผู้แปลและเรียบเรียง). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

3. หนังสือที่ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ และสำนักพิมพ์

ผู้แต่ง./ (ม.ป.ป. หรือ n.d.)/ ชื่อเรื่อง./ (ครั้งที่พิมพ์ พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)/ ม.ป.พ. หรือ n.p.

ตัวอย่าง

สนธยา เรื่องหิรัญ. (2551). *การบัญชีชั้นกลาง 1*. ม.ป.พ.

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (ม.ป.ป.). *ภาวะผู้นำองค์กรยุคใหม่*. ธรรมมถการพิมพ์.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวไทย*. ม.ป.พ.

Pelegrin-Genel, E. (1996). *The office*. n.p.

Kolb, D.A. (n.d.). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. SAGE.

4. บทความในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ/ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ในหรือ in ชื่อบรรณาธิการ (บ.ก. หรือ Ed. หรือ Eds./ ชื่อเรื่อง/ (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหน้า)/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง



สุนิสา ช่อแก้ว. (2559). ความสามารถในการมึนงานทำ ประเด็นท้าทายการบริหารคนในทศวรรษหน้า. ใน พยัต วุฒิรงค์. (บ.ก.), *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในทศวรรษหน้า* (น. 29-48). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Kemmis, S., & Wilkinson, M. (1998). Participatory Action Research and the Study of Practice. In A. Atweigh, S. Kemmis, & P. Weeks (Eds.), *Action Research in Practice* (pp. 23-24). Routledge.

Batten, G.D. (2010). Near infrared spectroscopy for sustainable agricultural development and protection from food deficiency. In S. Saranwong, S. Kasemumran, W. Thanapase, & P. Williams (Eds.), *Near infrared spectroscopy: Proceedings of the 14th international conference* (pp. 13-15). IMP

5. วารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ/(ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่(เลขของฉบับที่)/,เลขหน้า.

ตัวอย่าง

นิมิต ไชยวงศ์. (2559). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะของผู้บริโภคจังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 5(2), 95-115.

Anh, P. C., & Matsui, Y. (2011). Relationship between quality management information and operational performance: International perspective. *Management Research Review*, 34(5), 519-540.

Asif, Z. (2005). Integrating the supply chain with RFID: A technical and business analysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 15(1), 24.

Zelbst, P. J., Green, K. W., Sower, V. E., & Baker, G. (2010). RFID utilization and information sharing: the impact on supply chain performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(8), 582-589.

6. หนังสือพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์,/วันเดือน)/ชื่อบทความ./ชื่อหนังสือพิมพ์,/น. หรือ p. หรือ pp.เลขหน้า.

ตัวอย่าง



สุพัตรา สุภาพ. (2567, 17 เมษายน). ทำดี หลังปีใหม่ไทย. *แนวหน้า*, น. 14.

เหล็กรัสเซียพ่นพิษ ดัชนีราคาตลาดเอเชีย. (2565, 21 กรกฎาคม). *กรุงเทพธุรกิจ*, น. 8.

ตัวเลขเผย นทท.จีนแท้เที่ยวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ช่วงตรุษจีน ยอดเดินทาง-ใช้จ่ายทะลุก่อนโควิด.

(2567, 20 กุมภาพันธ์). *มติชน*. https://www.matichon.co.th/foreign/news_4435453.

Thianthongdee, K. (2011, April 26). Online marketing for hotels and tourism. *The Nation*, p. 6.

7. วิทยานิพนธ์และปริญญาานิพนธ์

ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง [ระดับวิทยานิพนธ์]. ชื่อสถาบัน.

ตัวอย่าง

จอมพล เล่ารุ่งเรือง. (2561). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกรณีศึกษา :*

นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร].

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้*

บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Knight, A. (2001). Exercise and osteoarthritis of the knee [Unpublished master's dissertation]. Auckland University of Technology.

Thomas, R. (2009). The making of a journalist: The New Zealand way [Doctoral theses], Auckland University of Technology. <http://hdl.handle.net/10292/466>

8. เอกสารการประชุมวิชาการ

ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท./ใน หรือ In ชื่อบรรณาธิการ (บก. หรือ ed. หรือ Eds.)./ชื่อการประชุม (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหน้า)./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

พิพัฒน์พงศ์ เข้มปัญญา. (2561). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายใน

เขตเทศบาลเมืองนครพนม. การประชุมพยาบาลครั้งที่ 25 (น. 120-124). วารสาร

มหาวิทยาลัยนครพนม (ฉบับพิเศษ).

นุสรุา แสงอร่าม, วิจิตรา แซ่ตั้ง, ชิดชนก วงศ์เครือ และกัญญารัตน์ ไชยสงคราม. (2562). การใช้ กลยุทธ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. การประชุม



วิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 11 “ถักทองานวิจัยท้องถิ่น ก้าวไกลสู่สากล” (น. 1,300-1,306). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ชนินทร์ แก้วบุญเรือง. (2565). การศึกษาทักษะการคิดทางประวัติศาสตร์ โดยใช้พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง ร่วมกับแพลตฟอร์มเกมตอบปัญหาออนไลน์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. ใน ภัทรธร จันวันดี (บ.ก.), *การสร้างสมรรถนะครูผู้สอนยุคปวกดีใหม่. การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 3 และนานาชาติ ครั้งที่ 2* (น. 84-99). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

Liu, G., Yu, W., & Liu, Y. (2006). *Resource management with RFID technology in automatic warehouse system*. Paper presented at the 2006. 2006 IEEE/RSJ International Conference on Intelligent Robots and Systems (pp. 3706-3711).

Leekitchwatana, P. (2010). Development of Causal Relationship Model for e-Learning Behavior of High School Students in Thailand. *E-Learn 2010 Proceedings* (pp. 1944-1952).

9. กรณีไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งหรือผู้รับผิดชอบ

ให้นำชื่อบทความ หรือชื่อเรื่องแทนตำแหน่งของผู้แต่งหรือผู้รับผิดชอบ จากนั้นเรียบเรียงตามรูปแบบของเอกสารที่อ้างอิง

ตัวอย่าง

ส่วนผสมสู่ความสำเร็จของการปรับตัวธุรกิจในภูมิภาค. (2564). *BOT พระสยาม MAGAZINE*. 3, 52-55.

มาสเตอร์การ์ด เผยสตรีไทยเป็นนักธุรกิจ 23.7% สะท้อนบทบาทผลักดันเศรษฐกิจ. (2564, 4

มีนาคม). มติชน. https://www.matichon.co.th/newsmonitor/news_2608177

ลงทุนแมน. (2562, 20 ตุลาคม). 10 ประเทศใญ่บุญที่ขอปรับราคาเงินมากที่สุดในโลก. Facebook.

<https://www.facebook.com/longtunman/photos/a.113656345833649/647879932411285/?type=3&theater>

The greenbook: Texas rules of form (15th ed.). (2022). Texas Law Review.

Myanmar rebels confident of holding Myawaddy. (2024, April 16). Bangkok Post.

<https://www.bangkokpost.com/world/2776900/myanmar-rebels-confident-of-holding-myawaddy>

10. เว็บไซต์



ผู้แต่ง./ (ปี,วัน เดือนที่เผยแพร่)./ชื่อเรื่อง./ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง

เขมิกา. (2561, 16 ตุลาคม). 6 เครื่องมือการทางการตลาด.

<https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/90366/6-เครื่องมือการทางการตลาด!!>

ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563, 05 พฤศจิกายน). การตลาดแบบ Relationship Marketing.

<https://www.popticles.com/marketing/what-is-relationship-marketing>

นารายณ์ เหยาหยุน. (ม.ป.ป.). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ล้มเหลว.

<https://slideplayer.in.th/slide/2084103/>

ซิมเพิลเจอร์นี่. (2563, 29 กรกฎาคม). Cause Marketing คืออะไร.

<https://www.blockdit.com/posts/5f214d90b6f31f0c97d3f67e>

Smartbiz Team. (2020, September 30). Market Expansion Strategy: What You Need to

Know. <https://resources.smartbizloans.com/blog/businessmarketing/>

[market-expansion-strategy-what-you-need-to-know](https://resources.smartbizloans.com/blog/businessmarketing/market-expansion-strategy-what-you-need-to-know)

Suttle, R. (2019, February 12). Growth Strategies in Business

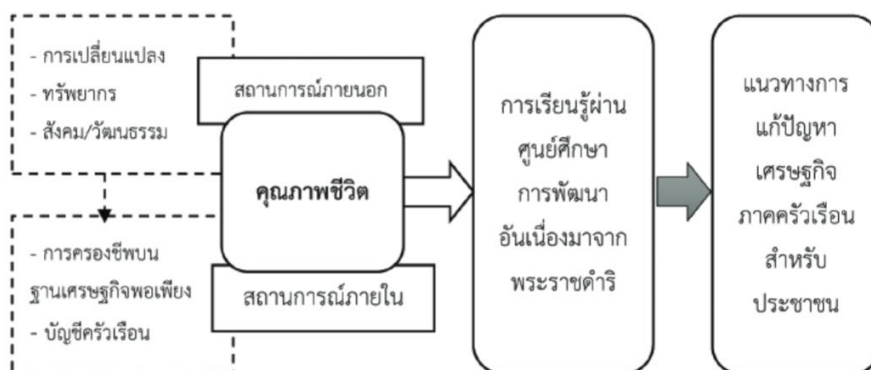
<https://smallbusiness.chron.com/growth-strategies-business-4510.html>

การนำเสนอภาพและตาราง

ภาพ

ผู้เขียนบทความสามารถนำเสนอภาพที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาของบทความ โดยภาพควรมีความคมชัด ความละเอียดขั้นต่ำ 600 dpi ควรเป็นภาพที่มีนามสกุล ไฟล์ .jpg หรือ .png พร้อมระบุหมายเลขกำกับรูปภาพ ชื่อภาพ และอ้างอิงภาพโดยไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เจ้าของผลงาน ซึ่งผู้เขียนต้องตรวจสอบสิทธิ์ของภาพก่อนระบุในบทความให้เรียบร้อย

ตัวอย่าง



ภาพที่ 1 : ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ญัตติคุณ ประเทืองบริบูรณ์, ปิยพัชร ศรีวงษ์วิศาล และโสภณ ตูจันทา. (2564). กรอบแนวคิดการวิจัย. เชียงใหม่ : สંગเคราะห.

ตาราง

หัวข้อตารางให้เริ่มที่มุมซ้ายด้านบนของเส้นตาราง ตามลำดับเลขที่ปรากฏในต้นฉบับ พร้อมชื่อของตาราง ข้อมูลที่นำเสนอในตารางควรมีความสอดคล้องกับข้อมูลในส่วนเนื้อหาของเนื้อความสามารถใช้คำย่อในตารางได้ แต่ควรอธิบายคำย่อที่ไม่ใช่คำมาตรฐานในเชิงอรรถ ตารางที่สร้างมาไม่ต้องมีเส้นสดมภ์ มีแต่เส้นแนวนอน และตารางที่นำเสนอจะต้องเป็นตารางที่มีสัดส่วนพอเหมาะ กับบทความ

ตัวอย่าง



ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method)

ข้อคำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
1. ท่านเห็นว่าโรงแรมที่ท่านพักมีความน่าสนใจ และแตกต่างจากที่อื่น ๆ (X1)	.144	.960	.088	.176	.085
2. ท่านเห็นว่าทัศนียภาพรอบ ๆ โรงแรมที่พักมีสิ่งดึงดูดทำให้ใช้เวลาส่วนใหญ่พักผ่อนในโรงแรมมากขึ้น (X2)	.168	.949	.091	.151	.098
3. ท่านเห็นว่าโรงแรมที่พักมีความหรูหรา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกของท่านอย่างเพียงพอ (X3)	.151	.952	.093	.179	.077
4. ท่านเห็นป้ายบอกทางเข้าสู่โรงแรมอยู่ตลอดเวลา (X4)	.275	.206	.129	.887	.220

คำชี้แจงสิทธิ์ส่วนบุคคล

ชื่อและที่อยู่อีเมลที่ปรากฏในเว็บไซต์ หรือวารสารนี้จะถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ของวารสารนี้โดยเฉพาะ และจะไม่ถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดหรือให้กับบุคคลอื่นใด

ความรับผิดชอบในเนื้อหา

ผลการวิจัยและข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ สาขาวิชาด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์และนิเทศศาสตร์ เป็นความรับผิดชอบของผู้แต่งบทความ กองบรรณาธิการวารสารและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบหรือเห็นด้วย



แบบฟอร์มเสนอบทความวิจัย



ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH Sarabun New ขนาด 18)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่ TH Sarabun New ขนาด 18)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ¹ (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ² (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 16)

e-mail: ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

.....[บทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250คำ].....

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....

.....

.....

คำสำคัญ : คำสำคัญที่1 คำสำคัญที่2 คำสำคัญที่3 คำสำคัญที่4 คำสำคัญที่5

(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 16)

ABSTRACT

.....[บทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250คำ]

..... (TH Sarabun Newขนาด 16).....

.....

.....

¹ ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

² ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)



Keywords : Keyword1, Keyword2, Keyword3, Keyword4, Keyword5

(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 16)

บทนำ

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....

.....

.....

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. (TH Sarabun New ขนาด 16).....

2. (TH Sarabun New ขนาด 16).....

ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด (2-3 ย่อหน้า)

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....

.....

.....

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....

.....

.....

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

ผลการวิจัย

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

รูปภาพ หรือรูปภาพลายเส้นควรใช้เส้นหมึกสีดำ ส่วนรูปถ่ายควรจะเป็นภาพขาวดำที่มีความคมชัดรายละเอียดชัดเจน และมีกรอบรอบรูปภาพ ตำแหน่งรูปภาพจัดไว้กึ่งกลางกระดาษ ทุกภาพจะต้องมีหมายเลข และคำบรรยายภาพกำกับอยู่ใต้ภาพจัดกึ่งกลางหน้ากระดาษเช่นกัน โดยต้องมีความยาวไม่เกิน 2 บรรทัด เว้นช่องว่างเหนือและใต้รูปไว้จำนวน 1 บรรทัด





ภาพที่ 1 ชื่อภาพ (TH Sarabun New ขนาด 16 ตัวธรรมดา กึ่งกลาง)

ที่มา: เขียนอ้างอิงตามรูปแบบการอ้างอิง

ตาราง ให้เว้นช่องว่างเหนือและใต้ตารางไว้ จำนวน 1 บรรทัดก่อนขึ้นบรรทัดใหม่ โดยใช้รูปแบบตารางตามตัวอย่างด้านล่าง ตำแหน่งของตารางให้จัดกึ่งกลางคอลัมน์ ให้ระบุหมายเลขกำกับตารางและคำอธิบายไว้เหนือตาราง โดยให้วางตำแหน่งชิดซ้ายคอลัมน์

ตารางที่ 1 ชื่อตาราง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
A		
B		
C		

อภิปรายผล

..... (TH Sarabun New ขนาด 16)

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

..... (TH Sarabun New ขนาด 16)

.....



เอกสารอ้างอิง

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....

..... (TH Sarabun Newขนาด 16).....

.....



แบบฟอร์มเสนอบทความวิชาการ



ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH Sarabun New ขนาด 18)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่ TH Sarabun New ขนาด 18)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ¹³ (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ¹⁴ (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 16)

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....รายละเอียดบทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250คำ.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ: คำสำคัญที่1 คำสำคัญที่2 คำสำคัญที่3 คำสำคัญที่4 คำสำคัญที่5

(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 16)

ABSTRACT

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....รายละเอียดบทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250คำ.....

.....

.....

.....

Keywords : Keyword1, Keyword2, Keyword3, Keyword4, Keyword5

(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 16)

¹ ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

¹ ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)



บทนำ

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....
.....

หัวข้อเนื้อหาในบทความ

1. (TH Sarabun New ขนาด 16).....
2. (TH Sarabun New ขนาด 16).....
3. (TH Sarabun New ขนาด 16).....
4. (TH Sarabun New ขนาด 16).....

บทสรุป

..... (TH Sarabun New ขนาด 16)

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

ข้อเสนอแนะ

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....
.....

เอกสารอ้างอิง

..... (TH Sarabun New ขนาด 16).....

.....
..... (TH Sarabun Newขนาด 16).....
.....



หนังสือรับรองการส่งบทความ



หนังสือรับรองการส่งบทความ

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

เรื่อง ส่งบทความและลายมือชื่อยินยอมของผู้เขียนบทความ

เรียน กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี

ข้าพเจ้า ขอรับรองว่า บทความเรื่อง

● ชื่อบทความ (ไทย) :

.....

ชื่อบทความ (อังกฤษ) :

.....

● ประเภทของบทความ

☐ บทความวิจัย

☐ บทความวิชาการ

☐ บทความอื่น ๆ (ระบุ)

.....

(ให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ในกล่อง ☐ เพื่อรับรองบทความแต่ละหัวข้อ)

☐ บทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ หรือกำลังตีพิมพ์ในวารสาร หนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

☐ บทความนี้มีข้อมูลถูกต้องและเป็นข้อเท็จจริงทุกประการ

☐ บทความนี้ไม่มีการลอกเลียนงานวิชาการ (plagiarism)

☐ บทความนี้ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยวิเคราะห์

ข้อมูลในงานวิจัย

ผู้แต่งที่เป็นตัวแทนในการติดต่อกับกองบรรณาธิการ

(ชื่อ-สกุล) สังกัด

ที่อยู่ติดต่อ:

เบอร์โทรศัพท์สำนักงาน:เบอร์โทรศัพท์มือถือ:

e-mail:



ข้าพเจ้าขอรับรองข้อมูลข้างต้นเป็นจริงทุกประการหากมีการฟ้องร้องเกิดขึ้นข้าพเจ้ายินยอมให้วารสารฯ เพิกถอนบทความดังกล่าว และเป็นความรับผิดชอบทางกฎหมายของผู้เขียนบทความทั้งหมดในบทความนี้โดยไม่เกี่ยวข้องกับวารสารฯ ใด ๆ ทั้งสิ้น

ลงชื่อ ลงชื่อ
(.....) (.....)

ผู้เขียน ลำดับที่ 1

ผู้เขียน ลำดับที่ 2

ลงชื่อ ลงชื่อ
(.....) (.....)

ผู้เขียน ลำดับที่ 3

ผู้เขียน ลำดับที่ 4

ทั้งนี้ การรับตีพิมพ์บทความขึ้นอยู่กับพิจารณาของกองบรรณาธิการ และหากกองบรรณาธิการตรวจสอบพบว่า มีการละเมิดข้อใดข้อหนึ่ง กองบรรณาธิการมีสิทธิถอนบทความจากวารสารได้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของบทความ

☐ ไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น

☐ มีเอกสารรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ถ้ามี)

จาก เลขที่ วันที่

☐ จำนวนหน้าไม่เกิน 15-20 หน้ากระดาษ B5 (JIS) รวมบทคัดย่อ/Abstract

(กรณีจำเป็นเกิน 20 หน้า ให้ระบุเหตุผล.....)

☐ จำนวนคำในบทคัดย่อภาษาไทยไม่เกิน 250 คำ

☐ จำนวนคำในบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ไม่เกิน 250 คำ

☐ เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ APA7 (รายละเอียดตามคำแนะนำสำหรับผู้แต่งบทความ)



ลงชื่อ ลงชื่อ
(.....) (.....)
ผู้เขียน ลำดับที่ 1 ผู้เขียน ลำดับที่ 2

ลงชื่อ ลงชื่อ
(.....) (.....)
ผู้เขียน ลำดับที่ 3 ผู้เขียน ลำดับที่ 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 (ไฟล์pdf) (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

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ถนนอินใจมี ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์
53000

โทรศัพท์ 055-416601 ถึง 055-416620 ต่อ 1500 โทรศัพท์มือถือ 089-9617442

e-mail : fms.uru2018@gmail.com



กำหนดการเผยแพร่

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ จะได้รับการพิจารณา และการประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ (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. กองบรรณาธิการเผยแพร่วารสาร



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
Faculty of management Science, Uttaradit
Rajabhat University

เลขที่ 27 ถนน อินใจมี ต.ท่าอิฐ อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ 53000
โทร 055-411096-1500

