



มหาวิทยาลัยหาดใหญ่  
HATYAI UNIVERSITY

# HATYAI ACADEMIC JOURNAL

วารสารหาดใหญ่วิชาการ

**ปีที่ 23 ฉบับที่ 1**

(มกราคม - เมษายน 2568)

**Vol. 23 No. 1**

(January - April 2025)

ISSN: 2651-1614 (Online)



# วารสารหาดใหญ่วิชาการ

ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2568)

## วัตถุประสงค์และขอบเขต

วารสารหาดใหญ่วิชาการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ด้านการวิจัยและบทความวิชาการของอาจารย์ นักศึกษา และนักวิชาการ โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์และสนับสนุนผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพ

โดยมีขอบเขตของบทความที่เปิดรับ ดังนี้

- 1) บริหารธุรกิจ มีสาขาวิชาย่อย คือ การจัดการ พฤติกรรมองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การบัญชี การเงิน การจัดการการท่องเที่ยว และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2) การศึกษา มีสาขาวิชาย่อย คือ การบริหารการศึกษา
- 3) รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มีสาขาวิชาย่อย คือ การเมืองการปกครอง นโยบายสาธารณะ และการจัดการภาครัฐ
- 4) จิตวิทยา มีสาขาวิชาย่อย คือ จิตวิทยาทั่วไป จิตวิทยาประยุกต์ และจิตวิทยาคลินิก
- 5) มนุษยศาสตร์ มีสาขาวิชาย่อย คือ ศิลปะทั่วไปและมนุษยศาสตร์
- 6) สาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## กำหนดการเผยแพร่

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือน กันยายน – ธันวาคม

## เจ้าของ

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

## คณะที่ปรึกษา

อาจารย์ประณีต ดิษยะศริน

ศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล เหล่าสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส ดิษยะศริน สัตยารักษ์

ดร.ธรรพรช สัตยารักษ์

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอแก้ว จันทร์กิงทอง

## รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ ลิมโยธิน

(1) บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (2) ข้อความและบทความในวารสารหาดใหญ่วิชาการเป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมีความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ (3) กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์ การคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

## กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ เอกสมทราเมษฐ์	ม.สงขลานครินทร์
ศาสตราจารย์ ดร.ศากุน บุญอิต	ม.ธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี	ม.มหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา	จ.นครราชสีมา (เกษียณ)
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล	จ.ชุมพร (เกษียณ)
รองศาสตราจารย์ ดร.อาภรณ์ ดีนาน	ม.รังสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์	ม.ศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	ม.วลัยลักษณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญอริ ยี่หมะ	ม.ราชภัฏสงขลา
รองศาสตราจารย์ ดร.อนุ เจริญวงศ์ระยับ	ม.ราชภัฏสุราษฎร์ธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.นิคม นาคอ้าย	ม.ราชภัฏพิบูลสงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิ ขจรกิตติยา	ม.ราชภัฏยะลา
รองศาสตราจารย์ ดร.เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ ประธาน	ม.หาดใหญ่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา กุณทล	ม.ราชภัฏนครศรีธรรมราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจำนงค์	ม.ทักษิณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพร เนาว์สุวรรณ	วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญาณ์ นักพื่อน	ม.ศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานุกาพ รักษ์สุวรรณ	ม.สวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชียรชัย พันธคง	ม.หาดใหญ่
ดร.สิริลักษณ์ ทองพูน	ม.หาดใหญ่
ดร.เจตน์สฤกษ์ สันขพันธ์	ม.หาดใหญ่

## ฝ่ายตรวจสอบด้านภาษา

อาจารย์เอริค แกร์อัลลีน  
ดร.เกริก กีสวัสดิ์คอน

## ฝ่ายบริหารจัดการวารสาร

ดร.เพ็ญสุข เกตุมณี  
นายณัฐวุฒิ ชิวพิทักษ์ผล

# วารสารหาดใหญ่วิชาการ

ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2568)

## สารบัญ

### บทความวิจัย

Working Capital Management, Firm Performance: A Case Study of Listed Firms on MAI 1

*Bhannawat Wanganusorn, Sirikul Tulasombat, Ratchaneeya Bangmek, and Thatphong Awirothananon*

ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถทำกำไรของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทย: การศึกษาเชิงประจักษ์จากบริษัทร้านอาหารชั้นนำ 40 บริษัท 27

*ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น และ ธันยกร จันทร์สาส์น*

ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค 50

*ชัยญภัทร อัมพันสุขโข*

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 72

*ฤทธิรงค์ ช่วยป้อง, อรุณลักษณ์ อรชร, ออมสิน แก้วสมวงศ์, และ วาสนา สุวรรณวิจิตร*

ผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 89

*ศรินทร์มา มศรีภูมิ, ณัฐวงศ์ พูนพล, และ อนุกพงศ์ สุขประเสริฐ*

ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ 114

*นายิกา ทองเสมอ, ณัฐวงศ์ พูนพล, และ ธัญญธร ศรีวิเชียร*

ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น: การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ 141

*นฤมล ปิติทานันท์ และ นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล*

---

# วารสารหาดใหญ่วิชาการ

ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2568)

---

## สารบัญ (ต่อ)

Exploring Chinese Homeland Sentiment in the Food Documentary: 160

A Bite of China

*Zhu Guangde, Kanokporn Numtong, and Kewalee Petcharatip*

### บทความวิชาการ

Integrating Evaluation Models for Comprehensive Project Assessment: 183

A Case Study of Mae Khri, Patthalung, Thailand

*Nattha Lertpanyawiwat, Kanokkul Phetuthai, Irida Prommachan,*

*Suttichai Rakjan, Athisa Pankong, Wannisa Junhom, Wanchai*

*Dhammasaccakarn, and Uthis Sangkarat*

---

# HATYAI ACADEMIC JOURNAL

Vol. 23 No. 1 (January – April 2025)

---

## CONTENTS

### Research Article

- Working Capital Management, Firm Performance: A Case Study of Listed Firms on MAI 1  
*Bhannawat Wanganusorn, Sirikul Tulasombat, Ratchaneeya Bangmek, and Thatphong Awirothananon*
- The Impact of Debt on Profitability of Restaurant Companies in Thailand: An Empirical Study from 40 Leading Restaurants 27  
*Supachet Chansarn and Thanyakorn Chansarn*
- Characteristics and Presentation Format of Fashion Branded Content Marketing on Social Media Influencing the Consumers' Response Process 50  
*Shanyapat Amphansookko*
- Factors Affecting the Acceptance of PTT Super Power Diesel B7 Oil Products in Mueang District, Songkhla Province 72  
*Rittirong Chaunypong, Arunluk Orachon, Aomsim Keawsomwong, and Wassana Suwanvijit*
- The Impact of Implementing Blockchain Technology on Accounting Operational Efficiency for Companies Listed on The Stock Exchange of Thailand 89  
*Sirinun Masripoom, Nuttavong Poonpool, and Anupong Sukprasert*
- The Effects of Government Financial and Accounting Risk Management on Operational Achievement of Public Higher of Education Institutions 114  
*Nayika Tongsamet, Nuttavong Poonpool, and Tanyatorn Srivachian*

---

# HATYAI ACADEMIC JOURNAL

Vol. 23 No. 1 (January – April 2025)

---

## CONTENTS (cont.)

**Factors Influencing the Development of Moral Identity in Adolescents: 141**

**A Systematic Literature Review**

*Naruemon Pititanun and Numchai Supparekchaisakul*

**Exploring Chinese Homeland Sentiment in the Food Documentary: 160**

**A Bite of China**

*Zhu Guangde, Kanokporn Numtong, and Kewalee Petcharatip*

### **Academic Article**

**Integrating Evaluation Models for Comprehensive Project Assessment: 183**

**A Case Study of Mae Khri, Patthalung, Thailand**

*Nattha Lertpanyawiwat, Kanokkul Phetuthai, Irida Prommachan,*

*Suttichai Rakjan, Athisa Pankong, Wannisa Junhom,*

*Wanchai Dhammasaccakarn, and Uthis Sangkarat*

## Working Capital Management, Firm Performance: A Case Study of Listed Firms on MAI

Bhannawat Wanganusorn<sup>1\*</sup>, Sirikul Tulasombat<sup>1</sup>, Ratchaneeya Bangmek<sup>1</sup>, and Thatphong Awirothananon<sup>1</sup>

Received: 5 June 2024

Revised: 14 September 2024

Accepted: 20 September 2024

### Abstract

This study investigates the relationship between working capital management and firm performance within the Market for Alternative Investment (MAI) in Thailand. By utilizing panel data analysis, the study examines how different working capital policies and the efficiency of working capital management affect the firm performance of listed companies. The population for this study comprises 210 companies listed on the Market for Alternative Investment, spanning across eight industry sectors. Using a purposive sampling method, a sample of 199 companies was selected, resulting in 2,295 observations covering 14 years from 2009 to 2022.

The findings reveal that working capital policy significantly affects firm performance. Specifically, an aggressive working capital investment policy enhances performance by minimizing excess inventory and associated costs, while a conservative working capital financing policy improves performance by mitigating liquidity issues. The efficiency of working capital management, as measured by the cash conversion cycle, is negatively related to firm performance, although its impact is minor compared to the cash ratio. The performance index shows no significant impact on firm performance. These insights underscore the importance of strategic WCM in enhancing firm value and operational efficiency.

**Keywords:** *Working Capital Management, Firm Performance, Working Capital Policy, Working Capital Investment Policy, Working Capital Financing Policy*

---

<sup>1</sup> Faculty of Business Administration, Maejo University

\* Corresponding e-mail: Payothust56@gmail.com

## Introduction

Working capital management (WCM) is a critical decision in the financial management of businesses (Lateh, 2019). It encompasses the formulation of working capital policies (WCP) and the assessment of working capital management efficiency (WCME) (Pestonji & Wichitsatian, 2019). WCP involves determining the amount of working capital required and its funding source. The primary components of working capital utilized in business operations include cash, trade receivables, and inventory (Brigham & Houston, 1998). Evaluating the efficiency of working capital management entails measuring the capability to effectively use current assets and procure current liabilities to facilitate smooth daily operations (Russo, 2013). The investment policy concerning working capital explains the impact of maintaining a certain level of working capital relative to sales on a business's overall financial health. Businesses that maintain a low level of working capital can allocate surplus funds to invest in non-current assets, thereby generating additional revenue (Kasiran, Mohamad, & Chin, 2016). This strategy can increase overall business income, and reinvesting these funds in revenue-generating assets can enhance profitability, signaling improved performance to investors (Myers & Majluf, 1984). Consequently, the market price of common stock may rise, leading to an increase in firm value (Berk, DeMarzo, & Harford, 2009). Conversely, businesses that adopt a policy of maintaining a high level of working capital, such as substantial inventory reserves, ensure sufficient product availability for sale (Baños-Caballero, García-Teruel, & Martínez-Solano, 2020) thereby preventing lost sales opportunities (Mansoori & Muhammad, 2012). However, Boonsuk (2016) identified that rapid technological advancements can render products obsolete and introduce lower-priced substitutes (Abuzayed, 2012). If businesses fail to meet sales targets, substantial inventory investments can lead to losses (Song, Liu, & Chen, 2012), adversely affecting operational performance and diminishing firm value (Kasiran et al., 2016). Based on the mention above “How does working capital management affect firm performance or firm value?”.

In the context of Thailand, businesses and investors seeking capital for operations can access funds through both internal and external sources. According to the external source, the financial market consists of two main markets: the Stock Exchange of Thailand (SET) and the Market for Alternative Investment (MAI). As of now, 206 SMEs are listed on the MAI, raising over 10.3 billion THB (SET, 2023). These SMEs include both established firms that have

successfully increased their firm performance and new enterprises, illustrating the critical role of the private sector in driving Thailand's economic growth. The involvement of SMEs helps address fundamental economic issues, support employment, and foster direct and indirect investments, thereby propelling domestic economic activities.

A review of the literature on factors affecting the performance of companies in the MAI reveals a broad range of studied issues. These include long-term business survival (Wanitchakorn, 2019), information asymmetry (Thongnoon, 2016), bankruptcy prediction (Lertpatsanawat, 2012), and failures or improper in WCM (Phromsuwansiri, Chutimagul, & Promnurakkij, 2022). Especially, improper WCM has led to financial liquidity crises for some businesses in the MAI, ultimately resulting in their closure (Wanitchakorn, 2019).

Based on a review of studies on WCM and FP, most research utilizes the Working Capital Investment Policy (WCIP) and Working Capital Financing Policy (WCFP), along with Working Capital Management Efficiency (WCME), to explain firm performance or firm value. These policies are typically categorized into three types: aggressive, moderate, and conservative (Brigham & Daves, 2007), with a tendency to use a single financial ratio to assess the risk level of Working Capital Policies (WCP), although multiple ratios may be more appropriate. In measuring WCME, the Cash Conversion Cycle (CCC) is widely used but presents conflicting findings: CCC has been found to have both negative (Padachi, 2006; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007; Akoto, Awunyo-Vitor, & Angmor, 2013) and positive correlations with firm performance (Rozari, Sudarma, Indiasuti, & Febrian, 2015; Shan, Onn, Yee, & Chuan, 2015; Ng, Ye, Ong, & Teh, 2017; Al-Mawsheki, Ahmad, & Nordin, 2019). These contradictory relationships suggest that relying solely on CCC may not comprehensively assess WCME. Other studies use the Performance Index (PI) to measure WCME, indicating efficiency in terms of profitability by comparing changes in sales to changes in working capital investment (Kaur & Singh, 2013; Marie & Azhagaiah, 2017; Goker, 2020). However, PI has limitations, as it does not account for liquidity risk or the ability to repay short-term debt.

Furthermore, some studies assess WCME from a risk perspective using the Cash Ratio (CASHR) (Tarek & Rafik, 2020; Lefebvre, 2022) to indicate the adequacy of cash in covering short-term liabilities.

To prevent businesses from improper WCM which leads to shut-down and to gain a deep understanding of the relationship between WCM and FP, this study adopts a clustering

technique to categorize WCP risk levels, employs a panel data analysis to explain their relationship, uses PI as the profitability dimension and fulfills the risk dimension with cash ratio (CASHR) for liquidity adequacy, addressing limitations in using only CCC.

## Objective

To test the relationship between WCM and FP of listed companies in MAI.

## Literature Reviews

### Firm Performance

Performance is a key indicator of a firm's management effectiveness in achieving business goals and creating wealth for shareholders (Le, 2019; Prasertsak, Kanjanawong, & Jantarungsri, 2022). Business performance can be assessed through various criteria, including business continuity and financial metrics (Pestonji, 2023). The survival of a business, as a measure of continuity, indicates successful performance if the business can sustain its operations over time (Lindenberg & Ross, 1981). Financial performance, on the other hand, is typically evaluated using a range of financial ratios that provide insights into different aspects of business efficiency.

Key financial ratios identified in the literature include 1) Gross Operating Profit (GOP), this ratio, calculated as gross profit divided by sales, reflects a firm's ability to manage costs relative to competitors (Shin & Soenen, 1998; Deloof, 2003). 2) Net Operating Profit (NOP), NOP compares net profit with sales to measure overall business performance (Raheman & Nasr, 2007; Ramchandran & Janakiraman, 2009). Return on Assets (ROA), defined as net profit divided by assets, indicates how effectively a firm utilizes its assets to generate profits. A higher ROA signifies better asset management (Deloof, 2003; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007; Le, 2019; Puriboriboon, 2021) 3) Return on Equity (ROE), calculated as net profit divided by equity, measures the efficiency of management in using shareholder equity. A higher ROE suggests more effective management (Akoto et al., 2013; Akgün & Şamiloğlu, 2016). 4) Tobin's Q is a performance measurement method that integrates both accounting values and market values to assess a firm's worth (Mohamad & Saad, 2010; Altaf & Shah, 2017). It is calculated by dividing the market value of a firm by its replacement cost. The market value is derived from the total market value of the firm's equity and debt (Lindenberg & Ross, 1981).

In this study, Tobin's Q (TOBINQ) is considered an appropriate measure because it reflects market-based values, such as stock prices, which incorporate historical data and investors' expectations of future growth (Lewellen & Badrinath, 1997). The replacement cost represents the value of resources or assets that a firm can use for optimal investment in other projects. If Tobin's Q is less than 1, it indicates that the firm is not using its assets to generate market value exceeding its replacement cost, suggesting that the firm should consider reallocating its assets to other investments to increase its value.

### **Working Capital Investment Policy (WCIP) and Firm Performance (FP)**

The Working Capital Investment Policy (WCIP) manages working capital to balance risk and return. An aggressive policy, with low working capital, allows for more investment in other projects, enhancing firm performance and value (Berk et al., 2009). However, the liquidity preference theory suggests that insufficient working capital can lead to liquidity issues, operational disruptions, and increased borrowing costs, negatively affecting performance (Pestonji & Wichitsatian, 2019). Conversely, a conservative policy, maintaining higher working capital levels, ensures liquidity for routine operations and unforeseen expenses, preventing liquidity problems and ensuring smooth operations, though potentially lowering profitability due to idle funds (García-Teruel & Martínez-Solano, 2007). Studies indicate that conservative policies enhance performance by maintaining operational efficiency and meeting customer demand (Nazir & Afza, 2009; Mohamad & Saad, 2010; Kaddumi & Ramadan, 2012; Rozari et al., 2015; Ng et al., 2017). In a rapidly changing business environment, a conservative WCIP is posited to increase firm value.

**H<sub>1</sub>:** Conservative working capital investment policy (CWCIP) is positively related to firm performance (FP)

### **Working Capital Financing Policy (WCFP) and Firm Performance (FP)**

The Working Capital Financing Policy (WCFP) addresses strategies for financing working capital needs. Three approaches are outlined: 1) Moderate Approach: aligns short-term financing with short-term assets and long-term financing with permanent current asset and fixed assets. Though theoretically sound, perfect matching is challenging in practice. 2) Aggressive Approach: finances long-term assets with short-term funds, assuming short-term

financing is cheaper (Berk et al., 2009). This reduces financial costs, increasing profits and firm performance (Pestonji & Wichitsatian, 2019). 3) Conservative Approach: prioritizes safety and liquidity, using long-term financing to avoid operational disruptions from liquidity shortages, despite higher financial costs (Deloof, 2003; Brigham & Daves, 2007). According to the pecking order theory, businesses should prioritize the funds raised from internal to external sources to minimize costs (Wasiuzzaman, 2015). Short-term trade credit and accrued expenses are low-cost funding sources, reducing financial costs and improving performance. However, long-term financing can maintain adequate inventory levels, enhancing profitability despite higher costs (Nazir & Afza, 2009; Mohamad & Saad, 2010; Kaddumi & Ramadan, 2012). Given the dynamic business environment, a conservative WCFP enhances firm value by ensuring liquidity and operational stability.

**H<sub>2</sub>:** Conservative working capital financing policy (CWCFP) is positively related to Firm Performance (FP)

### **Cash Conversion Cycle (CCC) and Firm Performance (FP)**

The Cash Conversion Cycle (CCC) is a crucial liquidity measure and indicator of working capital management efficiency, combining various financial ratios to assess liquidity over time (Raheman & Nasr, 2007; Mehmet & Eda, 2009; Mohamad & Saad, 2010). According to Brigham and Daves (2007), firm value is derived from discounted future cash flows (FCF), which include Net Operating Profit After Taxes (NOPAT), changes in Net Operating Working Capital ( $\Delta$ NOWC), and changes in fixed assets. An efficient CCC, ideally minimized, indicates effective working capital management, consisting of Days Inventory (DI), Days Receivables (DR), and Days Payables (DP). Efficient CCC management reduces investments in receivables and inventory, allowing firms to reinvest freed-up capital in other projects, enhancing overall performance (Deloof, 2003; Dong & Su, 2010; Charitou, Elfani, & Lois, 2010; Gill, Bigger & Mathur, 2020). Increased FCF leads to higher firm value (Aktas, Croci, & Petmezas, 2015; Wasiuzzaman, 2015; Le, 2019). However, some studies suggest that higher working capital investment can positively impact future sales and firm value by preventing stockouts and ensuring customer satisfaction (Ramchandran & Janakiraman, 2009; Sharma & Kumar, 2011; Abuzayed, 2012). Overall, an efficient minimized CCC positively impacts firm performance by optimizing short-term liquidity and operational efficiency.

**H<sub>3</sub>:** CCC is negatively related to firm performance

### **The Performance Index of Working Capital Management (PI)**

The Performance Index (PI) evaluates the efficiency of working capital management (WCM). Traditionally, WCM efficiency is assessed using the Cash Conversion Cycle (CCC) and its components (Deloof, 2003; Lazaridis & Tryfonidis, 2006; Padachi, 2006; Shah & Sana, 2006; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007). However, PI, as proposed by Kaur and Singh (2013), offers an alternative by comparing sales growth to changes in working capital investment. The formula for PI is:

$$PI_{WCM} = \frac{I_s}{N} \sum_{t=1}^n \frac{W_{i(t-1)}}{W_{i(t)}}$$

The sales index ( $I_s$ ) is defined as the ratio of sales in the current year ( $S_t$ ) to the sales in the previous year ( $S_{t-1}$ ), expressed as:  $I_s = S_t / S_{t-1}$ .  $W_{i(t-1)}$  represents groups of current assets,  $N$  is the number of asset groups. A PI greater than 1 indicates efficient WCM, where reductions in working capital do not negatively impact sales (Kaur & Singh, 2013). Studies have shown varying PI outcomes: some firms show decreased efficiency due to sustainability constraints (Goker, 2020), while others, like those in India's Nifty CNX FMCG Index, demonstrate high efficiency (Marie & Azhagaiah, 2017). Effective WCM, indicated by a high PI, enhances firm value by contributing positively to sales growth and performance.

**H<sub>4</sub>:** PI is positively related to firm performance

### **Cash Ratio (CASHR) and Firm Performance (FP)**

The efficiency of working capital management (WCM) is vital for operational performance. Effective WCM involves allocating funds for daily operations and short-term reserves for potential price fluctuations (Bhattacharya, 2007; Russo, 2013; Al-Mawsheki et al., 2019; Pestonji & Wichitsatian, 2019). High cash levels can lead to opportunity costs, while low cash levels might necessitate accelerated collections, negatively impacting debt recovery (Emery, 1984; Long, Malitz, & Ravid, 1993; Petersen & Rajan, 1997). Research shows varied relationships between liquidity and performance, with some studies indicating lower liquidity leads to higher performance (Mohamad & Saad, 2010; Marobhe, 2014; Eya, 2016),

while others suggest higher liquidity improves performance (Eljelly, 2004; Akoto et al., 2013). The Cash Ratio (CASHR), measuring liquidity, excludes volatile sales and low liquidity assets. Studies in Germany and Egypt found high liquidity enhances performance (Tarek & Rafik, 2020; Lefebvre, 2022). In the context of MAI, Thailand's study proposes that high liquidity is crucial due to limited capital access compared to the SET.

**H<sub>5</sub>:** The Cash Ratio (CASHR) is positively related to firm performance

### **Factor Affecting the Firm Performance (Control Variables)**

Previous studies about factor affecting the firm performance, firm size, sale growth, capital structure and industry competition CEO duality has been used. This study uses five controls consisting of Sales Growth (SG) or Growth Opportunity (GO), Pandemic-Crisis (COVID), Intensity of Industry Competition (INDUSTYPE), Financial Structure (FS), Firm's Size (FZ).

### **Sales Growth (SG) or Growth Opportunity (GO)**

Sales growth indicates a firm's growth, with high SG or GO reflecting strong demand. Proper working capital management can drive sales growth and profitability (Samiloglu & Demirgunes, 2008). Research shows both positive correlation between SG or GO and performance (Puriboriboon, 2021) and negative correlations between SG or GO and performance depending on how firms manage inventory and trade credit (Baños-Caballero, García-Teruel, & Martínez-Solano, 2009).

### **Pandemic-Crisis (COVID)**

Pandemic crises, such as COVID-19, significantly impact economic growth (Lounkaew & Pratheuangrattana, 2022), particularly in developing countries with limited resources. The pandemic disrupted production and consumption (Chen, Chaiboonsri, & Wannapan, 2021; Klinsrisuk & Pechdin, 2022), challenging firms to manage working capital effectively to maintain liquidity and profitability during the crisis.

### **Intensity of Industry Competition (INDUSTYPE)**

The intensity of industry competition is crucial for business success in a rapidly changing business environment (Curry & George, 1983; Zhao & Zou, 2002; Namdar, Pant, & Blackhurst, 2023). Firms in highly competitive industries must adapt strategies, including working capital management, to ensure survival. The intensity of competition can be measured through market structure (Sleuwaegen & Dehandschutter, 1986; Brezina, Pekár, Čičková, & Reiff, 2014), competitive behavior (Houston & Weiss, 1974), and financial analyses (Milana, 1988; Szymanski, Bharadwaj, & Varadarajan, 1993; Brezina et al., 2014). This research uses market structure analysis by using industry concentration to assess competition levels.

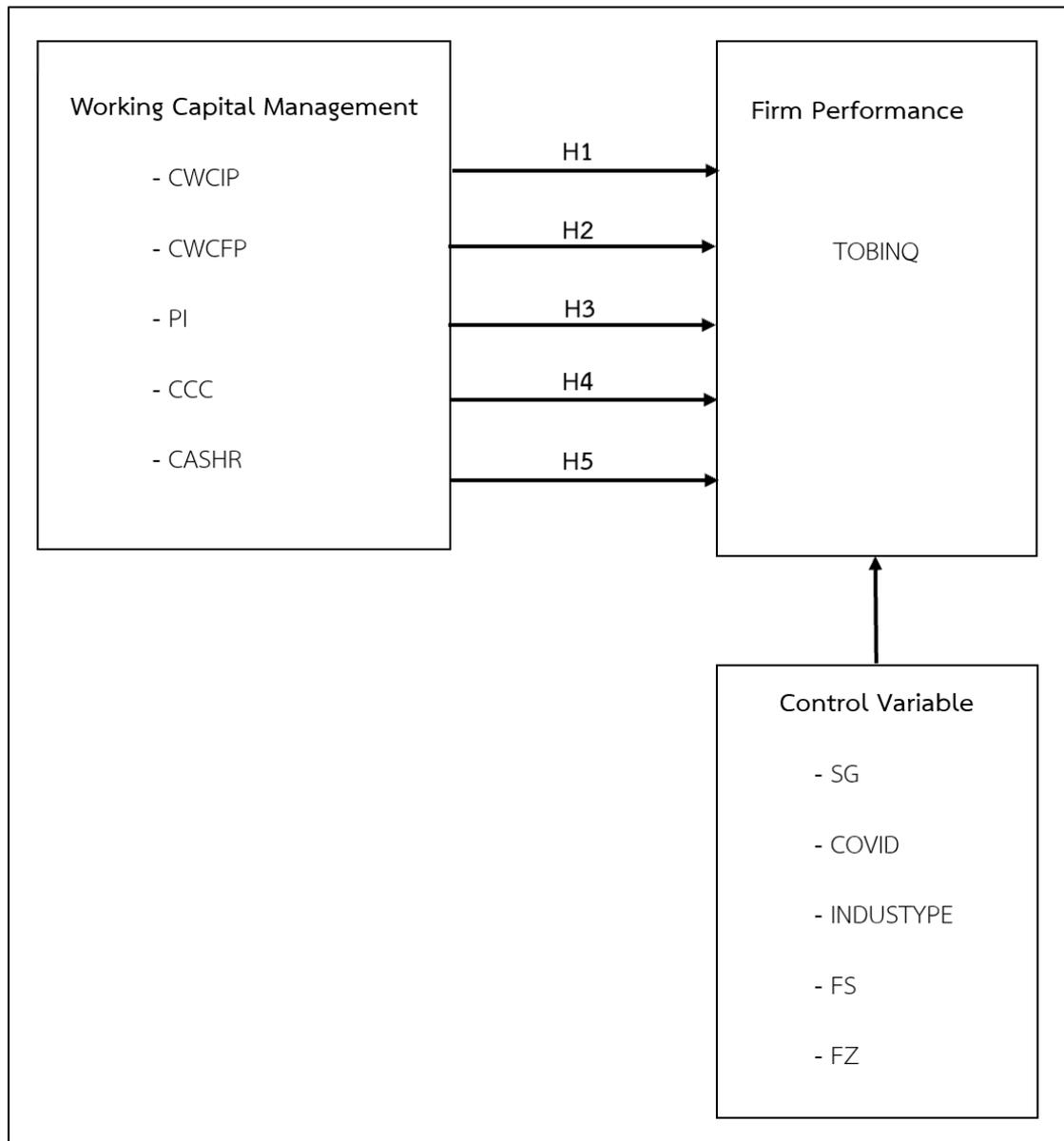
### **Financial Structure (FS)**

According to the pecking order theory, firms prioritize internal financing to minimize costs associated with agency and issuing new securities (Nyeadi, Sare, & Aawaar, 2018). High leverage increases a firm's risk and the cost of issuing new securities (risk premium), which can reduce investment in working capital (Russo, 2013). Low returns on working capital investments might lead to missed growth opportunities, making leverage inversely related to working capital levels (Mathuva, 2010; Abbadi & Abbadi, 2013).

### **Firm's Size (FZ)**

Firm size impacts working capital management, particularly in accessing financial resources. Larger firms have better access to capital markets and can offer more trade credit (Petersen & Rajan, 1997), while smaller firms often face financial constraints potentially leading to liquidity issues (Whited, 1992). Firm size is typically measured by the natural logarithm of total assets (Chancharat & Kumpamool, 2020; Afrifa, Tingbani, & Adesina, 2022) or sales (Abbadi & Abbadi, 2013; Al-Mawsheki et al., 2019).

## Conceptual Framework



**Figure 1** Conceptual Framework

Source: The Researcher's Synthesis

## Methodology

### Population and Samples

The population for this study consists of 210 companies listed on the MAI, spanning eight sectors: 1) Agriculture and Food Industry, 2) Resources, 3) Technology,

4) Services, 5) Industrial Products, 6) Consumer Products, 7) Property and Construction, and 8) Financial Business.

Sample selection was selected by purposive sampling which selects all companies in the MAI that are operational and not subject to delisting except companies in the Financial Business sector (Due to the difference in the business operation) total of 199 companies with 2,295 observations over a fourteen (2009 - 2022). Financial ratios were collected from financial statements in the STATA database and Price data was collected from the SETSMART database of the Stock Exchange of Thailand.

### Variable and Measurements

**Table 1** Variables and Measurements

Variables	Measurements
CWCIP	CWCIP is a dummy variable for the working capital investment policy measured using a clustering technique, with a value of '1' for a conservative working capital investment policy and '0' for other types of working capital investment policies.
AWCIP	AWCIP is a dummy variable for the working capital investment policy measured using a clustering technique, with a value of "1" when it is a risky working capital investment policy and "0" for other types of working capital investment policies.
CWCFP	CWCFP is a dummy variable for the working capital financing policy measured using a clustering technique, with a value of '1' for a conservative working capital financing policy and '0' for other types of working capital financing policies.
AWCFP	AWCFP is a dummy variable for the working capital financing policy measured using a clustering technique, with a value of '1' for an aggressive working capital financing policy and '0' for other types of working capital financing policies.
PI	$PI = \frac{I_s}{N} \sum_{i=1}^n \frac{W_{i(t-1)}}{W_{it}}$ <p>where sales index (<math>I_s</math>) is defined as the ratio of sales in the current year (<math>S_t</math>) to the sales in the previous year (<math>S_{t-1}</math>), expressed as <math>I_s = S_t / S_{t-1}</math>. <math>W_{i(t-1)}</math> represents groups of current assets, and <math>N</math> is the number of asset groups (Ahmed, Sehrish, Saleem, Yasir, &amp; Shehzad, 2012; Kaur &amp; Singh, 2013).</p>
CCC	The formula for calculating the CCC is to sum up the days inventory outstanding (DI) and days sales outstanding (DR), and then subtracts the days payable outstanding (DP) as equation $CCC = DI + DR - DP$ (Mehmet & Eda, 2009).

Table 1 (cont.)

Variables	Measurements
CASHR	Cash ratio (CASHR) = CAEQ/CL, where CAEQ represents the cash and equivalent and CL is the current liability (Lefebvre, 2020; Tarek & Rafik, 2020).
TOBINQ	TOBINQ is Tobin's Q ratio calculated as (MVE+MVD)/BVA where MVE is the market value of equity, MVD is the market value of debt and BVA is the book value of asset (Le, 2019; Pestonji & Wichitsatian, 2019).
SG	Sales Growth Rate (SG) = $Sale_t/Sale_{t-1}$ , $Sale_t$ is sales in year t and $Sale_{t-1}$ is sales in the previous year (Intara & Wanganusorn, 2022).
COVID	The duration of the COVID-19 outbreak is in the epidemic period (2019-2022) with a value of "1". It is not in the epidemic period "0" (Hfocus, 2022).
INDUSTYPE	The intensity of competition in an industry is measured by the concentration of the industry. If the concentration index is greater than 67 percent, it is described as highly concentrated or monopoly. If the index is less than 33 percent, it indicates that the industry is fragmented or the industry is highly competitive (Koch, 1980).
FS	Financial Structure (FS) = Debt/Equity ratio (Intara & Wanganusorn, 2022).
FZ	FZ = LN (Size) (Chancharat & Kumpamool, 2020).

### Data analysis

Data analysis follows a structured three-step process. First, descriptive analysis examines data distribution using skewness and kurtosis (Byrne, 2010; Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Second, hypothesis testing addresses multicollinearity (Correlation Test), heteroscedasticity (Breusch-Pagan or White tests), endogeneity (Instrumental Variable Test), and autocorrelation (Durbin-Watson or Breusch-Godfrey test). Lastly, the relationship between Working Capital Management (WCM) and Firm Performance (FP) is analyzed using Pooled OLS, Fixed Effect Model (FEM), or Random Effect Model (REM).

To determine the appropriate between the Pooled OLS Model and the Panel Model, the Lagrange Multiplier Test is applied if the Panel is selected, and then the Hausman Test is required to test the appropriate of FEM or REM by hypothesis testing ( $H_0$ : REM is appropriate) (Piriyakul, 2021). This ensures the model accurately captures cross-sectional and time-specific effects, providing robust insights into WCM efficiency and firm performance.

## Results

### Normality Test

This study on the relationship between WCM and FP assessed the data distribution using descriptive statistics, focusing on skewness and kurtosis. According to George and Mallery (2010), the appropriate range for skewness and kurtosis is between -2 and +2. Byrne (2010); Hair et al. (2010) extend the acceptable range for kurtosis to -7 to +7. The study found three variables with non-normal distributions: CCC (Skewness = 3.16185, Kurtosis = 37.96692), SG (Skewness = 33.1346, Kurtosis = 1269), and FS (Skewness = 5.433904, Kurtosis = 53.24456). These were addressed using the Winsorization technique (Ruppert, 2014; Leone, Minutti-Meza, & Wasley, 2019), which trims extreme values. Descriptive statistics for Tobin's Q (TOBINQ), the dependent variable, showed normal distribution with a mean of 1.2405 and skewness and kurtosis within acceptable ranges. Independent variables (AWCIP, CWCIP) and financing policies (AWCFP, CWCFP) also exhibited normal distributions. The data revealed that aggressive working capital investment policies (AWCIP) were most common, followed by conservative policies (CWCIP). Similarly, conservative financing policies (CWCFP) predominated. Control variables, including Covid, SG, Indus type, and FS, showed normal distributions, ensuring the reliability of subsequent analyses.

### Multicollinearity Test

The multicollinearity test assesses the relationship between independent variables to ensure that the model does not suffer from multicollinearity. Multicollinearity can inflate the standard errors of the coefficients, making hypothesis testing for the beta coefficients unreliable. This study uses two methods to test for multicollinearity: the Variance Inflation Factor (VIF) and the correlation coefficient ( $r$ ). A VIF value exceeding 10 or a correlation coefficient ( $r$ ) above 0.8 indicates severe multicollinearity (Rangkakulnuwat, 2013). The results of the VIF show that the highest VIF value is 3.074 for the variable AWCIP, which is well below the threshold of 10. This indicates that there is no severe linear relationship between any pairs of independent variables. Similarly, the highest correlation coefficient is found between AWCFP and CWCFP, with an  $r$ -value of -0.337472 which is below the threshold of 0.8. This further confirms that multicollinearity is not a concern among the independent variables in this model.

## Autocorrelation and Heteroscedasticity Test

### Autocorrelation Test

The autocorrelation examines the correlation of error terms in a regression model, which can bias statistical hypothesis testing for beta coefficients. This study used three methods to detect autocorrelation: the Durbin-Watson statistic, correlogram analysis with Q-statistics, and the Wooldridge test (Wooldridge, 2002). The Durbin-Watson statistic yielded a value of approximately 0.997, indicating a high level of positive autocorrelation. The correlogram showed significant declines in autocorrelation values, and the Q-statistics were significant. The Wooldridge test, with an LM value of 591.7226 and a P-value of  $1.06 \times 10^{-130}$ , confirmed the presence of autocorrelation, as the null hypothesis of no autocorrelation was rejected.

### Heteroscedasticity

Heteroscedasticity is characterized by a non-constant variance of error terms and can be observed through the varying spread of residuals at different levels of independent variables. This study identified heteroscedasticity via residual plots, which showed non-uniform dispersion, undermining parameter estimate accuracy. To address both autocorrelation and heteroscedasticity, for removing heteroscedasticity and autocorrelation, the Newey-West standard error correction method was applied (Newey & West, 1986). This adjustment ensures more reliable and robust statistical inferences by correcting the standard errors to account for these issues.

### Endogeneity

Testing for endogeneity in panel data is crucial for model reliability, as endogeneity can bias results due to omitted variables (Arellano & Bond, 1991; Bajaj, Kashiramka, & Singh, 2018; Piriyaikul, 2021). This study employs the Instrumental Variable method using a two-stage least squares (2SLS) approach (Angrist & Pischke, 2009). Residuals from the first stage parameter estimation are used in the second stage to re-estimate the main model parameters, addressing endogeneity in variables such as CASHR, CCC, CWCFP, AWCIP, CWCIP, COVID, and FZ. Various methods, including Fixed Effect (FE), Random Effect (RE), 2SLS, and Generalized Method of Moments (GMM), can address endogeneity (Bender, Bloom, Card, Reenen, & Wolter, 2018).

This study uses the Fixed Effect method to control for unobserved heterogeneity, ensuring an accurate reflection of variable relationships.

**Model Specification**

$$\begin{aligned} \text{TOBINQ}_{it} &= \beta_0 + \beta_1 \text{CASHR}_{it} + \beta_2 \text{CCC}_{it} + \beta_3 \text{PI}_{it} + \beta_4 \text{AWCIP}_{it} + \beta_5 \text{CWCIP}_{it} + \\ \text{(Based Model)} & \beta_6 \text{AWCFP}_{it} + \beta_7 \text{CWCFP}_{it} + \beta_8 \text{COVID}_{it} + \beta_9 \text{FS}_{it} + \beta_{10} \text{FZ}_{it} + \\ & \beta_{11} \text{INDUSTYPE}_{it} + \beta_{12} \text{SG}_{it} + U_{it} \dots\dots\dots(1) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{TOBINQ}_{it} &= 1.1145^{**} + 0.0020 \text{CASHR}_{it} - 0.0006^{**} \text{CCC}_{it} - 0.0345 \text{PI}_{it} + \\ \text{(POLS Model)} & 0.7338^{**} \text{AWCIP}_{it} + 0.6882^{**} \text{CWCIP}_{it} + 0.0383^{**} \text{AWCFP}_{it} + \\ & 0.3223^{**} \text{CWCFP}_{it} - 0.0841^{**} \text{COVID}_{it} - 0.1197^{*} \text{FS}_{it} - 0.0285^{**} \text{FZ}_{it} - \\ & 0.1107 \text{INDUSTYPE}_{it} + 0.0510 \text{SG}_{it} + e_{it} \dots\dots\dots(2) \\ \text{Adjusted } R^2 &= 0.297558, \text{ Prob(F-statistic)} = 0.0000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{TOBINQ}_{it} &= -0.1441 + 0.0869^{**} \text{CASHR}_{it} - 0.0003^{*} \text{CCC}_{it} + 0.0325 \text{PI}_{it} + \\ \text{(FE Model)} & 0.7410^{**} \text{AWCIP}_{it} + 0.6552^{**} \text{CWCIP}_{it} + 0.1296^{**} \text{AWCFP}_{it} + \\ & 0.2903^{**} \text{CWCFP}_{it} - 0.1274^{**} \text{COVID}_{it} + 0.0171 \text{FS}_{it} + 0.0633^{**} \text{FZ}_{it} \\ & - 0.2171^{**} \text{INDUSTYPE}_{it} + 0.0361 \text{SG}_{it} + e_{it} \dots\dots\dots(3) \\ \text{Adjusted } R^2 &= 0.519745, \text{ Prob(F-statistic)} = 0.0000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{TOBINQ}_{it} &= 0.4468^{**} + 0.0688^{**} \text{CASHR}_{it} - 0.0004^{**} \text{CCC}_{it} - 0.0330 \text{PI}_{it} + \\ \text{(RE Model)} & 0.7457^{**} \text{AWCIP}_{it} + 0.6724^{**} \text{CWCIP}_{it} + 0.1000^{**} \text{AWCFP}_{it} + \\ & 0.2995^{**} \text{CWCFP}_{it} - 0.1069^{**} \text{COVID}_{it} - 0.0289 \text{FS}_{it} + 0.0189 \text{FZ}_{it} - \\ & 0.1921^{**} \text{INDUSTYPE}_{it} + 0.0399 \text{SG}_{it} + e_{it} \dots\dots\dots(4) \\ \text{Adjusted } R^2 &= 0.323444, \text{ Prob(F-statistic)} = 0.0000 \end{aligned}$$

Hausman test Chi-square = 33.904716 P-value 0.0007

\*\*Significant level at 5%, \*Significant level at 10%

Equations 2, 3 and 4 show the analysis results of the relationship between Working Capital Management (WCM) and Financial Performance (FP) using Pooled OLS (POLS), Fixed Effect (FE), and Random Effect models (RE). All three models effectively explain this relationship, with the fixed effect model providing the most robust explanation, evidenced by the highest adjusted R<sup>2</sup> value (52%). Given the panel nature of the data, model selection is

crucial. The Breusch and Pagan Lagrangian Multiplier (LM) Test indicates the appropriateness of the panel least square model (P-value < 0.05), rejecting the null hypothesis. The results of the hausman test favor the fixed effect model for explaining the WCM-FP relationship (P-value < 0.05), thus rejecting the null hypothesis. Therefore, this study employs a fixed effect model.

The study reveals a significant relationship between working capital investment policies and financial performance (TOBINQ). Specifically, an aggressive working capital investment policy (AWCIP) enhances financial performance, with a beta coefficient of 0.7410, indicating a substantial positive impact compared to a moderate policy. Similarly, a conservative working capital investment policy (CWCIP) positively affects financial performance, with a beta coefficient of 0.6552. In terms of financing policies, an aggressive working capital financing policy (AWCFP) positively impacts financial performance, with a beta coefficient of 0.1296. Moreover, a conservative working capital financing policy (CWCFP) further improves financial performance, with a beta coefficient of 0.2903. These findings underscore the importance of strategic working capital management in enhancing firm performance, with both aggressive and conservative policies showing significant positive effects compared to moderate approaches. The control variables used in this study include the COVID-19 pandemic period (COVID), the debt-to-equity ratio (FS), firm size (FZ), industry competition intensity (INDUSTYPE), and sales growth rate (SG). The results indicate that COVID, FZ, and INDUSTYPE significantly affect firm performance. Specifically, during the COVID-19 pandemic, financial performance (TOBINQ) decreased by 0.1274 compared to normal periods. A 1% increase in firm size results in a 0.0633% increase in TOBINQ. Higher industry competition (INDUSTYPE) negatively impacts financial performance, with a beta coefficient of -0.2171, suggesting that increased competition leads to a decrease in TOBINQ, holding other variables constant.

## Discussion

Based on the study of the relationship between WCM and FP within the context of the MAI Thailand, WCM policies significantly impact firm performance. This aligns with Al-Mawsheki et al. (2019); Pestonji and Wichitsatian (2019); Chancharat and Kumpamool (2020); Wichitsathian (2022). Specifically, an Aggressive Working Capital Investment Policy (AWCIP) yields better performance and leads to higher firm value compared to moderate and conservative policies, as excessive inventory can lead to losses and increased management

costs. Conversely, a Conservative Working Capital Financing Policy (CWCFP) results in better performance, mitigating liquidity issues and ensuring smooth operations. The efficiency of WCM, as measured by the Cash Conversion Cycle (CCC), supports previous findings that shorter cycles improve performance (Deloof, 2003; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007; Mehmet & Eda, 2009; Russo, 2013; Karadağ, 2018). However, the impact is minor compared to the cash ratio. The Performance Index (PI) showed no significant impact, contrary to Kaur and Singh (2013); Goker (2020); Nhung, Trang, and Phuong (2021).

## Recommendations

### Recommendations for Applying the Results

1. Adopt Aggressive Investment Policies: listed companies in the MAI should consider adopting AWCIP to optimize inventory levels, reduce management costs, and allocate surplus funds to high-return projects. This approach can enhance profitability and firm value.

2. Implement CWCFP: to ensure liquidity and smooth operations, firms should adopt CWCFP into business operations. This strategy helps prevent liquidity issues and ensures sufficient funds are available for daily operations and unforeseen expenses.

3. Focus on Cash Conversion Cycle Efficiency: companies should aim to minimize their Cash Conversion Cycle (CCC) to improve working capital management efficiency. Shorter cash cycles allow firms to reinvest freed-up capital into other projects, enhancing overall performance.

4. Monitor and Adjust Cash Ratios: maintaining an optimal cash ratio is crucial for balancing liquidity and investment opportunities. Firms should regularly monitor their cash ratios to ensure they have adequate liquidity without incurring high opportunity costs.

### Recommendations for Further Research

Further studies should explore the impact of WCM policies across different industries and countries to generalize the findings. Additionally, examining the role of macroeconomic factors and technological advancements on WCM and firm performance would provide deeper insights.

## References

- Abbadi, M. S., & Abbadi, T. R. (2013). The determinants of working capital requirements in Palestinian Industrial Corporations. *International Journal of Economics and Finance*, 5(1), 65-75.
- Abuzayed, B. (2012). Working capital management and firms' performance in emerging market: The case of Jordan. *International Journal of Managerial Finance*, 8(2), 155-179.
- Afrifa, G. A., Tingbani, I., & Adesina, O. O. (2022). Stochastic frontier modelling of working capital efficiency across Europe. *Technological Forecasting & Social Change*, 184, 122012.
- Ahmed, K., Sehrish, S., Saleem, F., Yasir, M., & Shehzad, F. (2012). The relationship between working capital management efficiency and EBIT: Evidence from textile sector of Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 211-224.
- Akgün, A., & Şamiloğlu, F. (2016). The Relationship between working capital management and profitability: Evidence from Turkey. *Business and Economics Research Journal*, 7(2), 1-14.
- Akoto, R. K., Awunyo-Vitor, D., & Angmor, P. L. (2013). Working capital management and profitability: Evidence from Ghanaian listed manufacturing firms. *Journal of Economics and International Finance*, 5(9), 373-379.
- Aktas, N., Croci, E., & Petmezas, D. (2015). Is working capital management value-enhancing? Evidence from firm performance and investments. *Journal of Corporate Finance*, 30, 98-113.
- Al-Mawshaki, R., Ahmad, N., & Nordin, N. (2019). The effects of efficient working capital management and working capital policies on firm performance: Evidence from Malaysian manufacturing firms. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(3), 59-69.
- Altaf, N., & Shah, F. (2017). Working capital management, firm performance and financial constraints empirical evidence from India. *Asia-Pacific Journal of Business*, 9(3), 206-219.

- Angrist, J. D., & Pischke, J. S. (2009). *Mostly harmless econometrics: An empiricist's companion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The Review of Economic Studies*, 58(2), 277-297.
- Bajaj, Y., Kashiramka, S., & Singh, S. (2018). Dynamics of capital structure: An evidence from Indian manufacturing firms. *Journal for Global Business Advancement*, 11(6), 667-686.
- Baños-Caballero, S., García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2009). *How do market imperfections affect working capital management?*. Spain: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.
- Baños-Caballero, S., García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2020). Net operating working capital and firm value: A cross-country analysis. *Business Research Quarterly*, 23(3), 234-251.
- Bender, S., Bloom, N., Card, D., Reenen, J. V., & Wolter, S. (2018). Management practices, workforce selection, and productivity. *Journal of Labor Economics*, 36(S1), S371-S409.
- Berk, J., DeMarzo, P., & Harford, J. (2009). *Fundamentals of corporate finance*. London: Pearson Education.
- Bhattacharya, H. (2007). *Total management by ratios: An analytic approach to management control and stock market valuations*. California: Sage.
- Boonsuk, J. (2016). *The relationship between inventory management and firm's profitability: Evidence from companies in communication and information technology sector listed on the Stock Exchange of Thailand*. Retrieved from <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2984> [in Thai]
- Brezina, I., Pekár, J., Čičková, Z., & Reiff, M. (2014). Herfindahl–Hirschman index level of concentration values modification and analysis of their change. *Central European Journal of Operations Research*, 24, 49-72.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (1998). *Fundamentals of financial management* (8th ed.). California: Harcourt.
- Brigham, E., & Daves, P. (2007). *Intermediate financial management*. New York: Thomson Learning.

- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). London: Taylor & Francis.
- Chancharat, N., & Kumpamool, C. (2020). Working capital management, board structure and Tobin's Q ratio of Thai listed firms. *Managerial Finance*, 48(4), 541-556. [in Thai]
- Charitou, M., Elfani, M., & Lois, P. (2010). The effect of working capital management on firm's profitability: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Business and Economics Research*, 8(12), 63-68.
- Chen, R., Chaiboonsri, C., & Wannapan, S. (2021). The perspective of Thailand economy after the effect of Coronavirus-19 pandemics: Explication by dynamic IO models and agent-based simulations. *SAGE Open*, 11(2), 1-17.
- Curry, B., & George, K. D. (1983). Industrial concentration: A survey. *The Journal of Industrial Economics*, 31(3), 203-255.
- Deloof, M. (2003). Does working capital management affect profitability of Belgian firms?. *Journal of Business Finance & Accounting*, 30(3-4), 573-587.
- Dong, H. P., & Su, J. T. (2010). The relationship between working capital management and profitability: A Vietnam case. *International Research Journal of Finance and Economics*, 49(1), 59-67.
- Eljelly, A. A. (2004). Liquidity-profitability tradeoff: An empirical investigation in an emerging market. *International Journal of Commerce and Management*, 14(2), 48-61.
- Emery, G. W. (1984). A pure financial explanation for trade credit. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 19(3), 271-285.
- Eya, C. I. (2016). Effect of working capital management on the performance of food and beverage industries in Nigeria. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(5), 1-7.
- García-Teruel, P., & Martínez-Solano, P. (2007). Effects of working capital management on SME profitability. *International Journal of Managerial Finance*, 3(2), 164-177.
- George, D., & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update* (10th ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Gill, A., Bigger, N., & Mathur, N. (2020). The relationship between working capital management and profitability: Evidence from the United States. *Business and Economics Journal*, 10(1), 1-9.

- Goker, K. I. (2020). An analysis of working capital efficiency of companies listed on sustainability index by index method. *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 7(7), 94-102.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Sandle River, NJ: Pearson Education.
- Hfocus. (2022). *Covid Thailand will enter the post-pandemic phase on July 1st. as for endemic diseases, we have to wait for the World Health Organization*. Retrieved from <https://www.hfocus.org/content/2022/06/25389> [in Thai]
- Houston, F. S., & Weiss, D. L. (1974). An analysis of competitive market behavior. *Journal of Marketing Research*, 11(2), 151-155.
- Intara, P., & Wanganusorn, B. (2022). The relationship between working capital management efficiency and financial performance: The case of listed companies in agro and food industry in Thailand. *Economics and Business Administration Journal, Thaksin University*, 15(4), 73-92. [in Thai]
- Kaddumi, T., & Ramadan, I. (2012). Profitability and working capital management: The Jordanian case. *International Journal of Economics and Finance*, 4(4), 217-226.
- Karadağ, H. (2018). Cash, receivables and inventory management practices in small enterprises: Their associations with financial performance and competitiveness. *Small Enterprise Research*, 25(1), 69-89.
- Kasiran, F. W., Mohamad, N. A., & Chin, O. (2016). Working capital management efficiency: A study on the small medium enterprise in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 297-303.
- Kaur, H. V., & Singh, S. (2013). Managing working capital efficiency in capital goods sector in India. *Global Business Review*, 14(12), 343-355.
- Klinsrisuk, R., & Pechdin, W. (2022). Evidence from Thailand on easing COVID-19's international travel restrictions: An impact on economic production, household income, and sustainable tourism development. *Sustainability*, 14(6), 3423.
- Koch, J. V. (1980). *Industrial organization and prices*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Lateh, S. (2019). *The relationship between working capital management and firm's value of companies in the Stock Exchange of Thailand in agro and food industry* (Independent study). Sripatum University, Bangkok. [in Thai]

- Lazaridis, I., & Tryfonidis, D. (2006). Relationship between working capital management and profitability of listed companies in the Athens Stock Exchange. *Journal of Financial Management and Analysis*, 19(1), 26-35.
- Le, B. (2019). Working capital management and firm's valuation profitability and risk: Evidence from a developing market. *International Journal of Managerial Finance*, 15(2), 191-204.
- Lefebvre, V. (2022). Performance, working capital management, and the liability of smallness: A question of opportunity costs?. *Journal of Small Business Management*, 60(3), 704-733.
- Leone, A. J., Minutti-Meza, M., & Wasley, C. E. (2019). Influential observations and inference in accounting research. *The Accounting Review*, 94(6), 337-364.
- Lertpatsanawat, K. (2012). *Assessing bankruptcy trends and prevention bankruptcy of a company listed on the Market for Alternative Investment (MAI) of Thailand* (Master's thesis). University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok. **[in Thai]**
- Lewellen, G. W., & Badrinath, G. S. (1997). On the measurement of Tobin's Q. *Journal of Financial Economics*, 44(1), 77-122.
- Lindenberg, E., & Ross, S. A. (1981). Tobin's Q ratio and industrial organization. *Journal of Business Finance & Accounting*, 54(1), 1-32.
- Long, M. S., Malitz, I. B., & Ravid, S. A. (1993). Trade credit, quality guarantees, and product marketability. *Financial Management*, 22(4), 117-127.
- Lounkaew, K., & Pratheuangrattana, C. (2022). Impact of the COVID-19 on the Thai peace index. *Journal of Multidisciplinary Academic Research and Development*, 4(3), 72- 94. **[in Thai]**
- Mansoori, E., & Muhammad, J. D. (2012). The effect of working capital management on firm's profitability: Evidence from Singapore. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 472-486.
- Marie, A. A., & Azhagaiah, R. (2017). Determining index of working capital management for Indian FMCG sector (Empirical evidence on its contribution to efficiency). *International Journal of Research in Business Studies*, 2(2), 101-112.

- Marobhe, M. I. (2014). An empirical analysis of the relationship between working capital management and profitability: Panel evidence from listed manufacturing companies in East Africa. *European Journal of Business and Management*, 6(7), 212-219.
- Mathuva, D. (2010). Influence of working capital management components on corporate profitability: A survey on Kenyan listed firms. *Research Journal of Business Management*, 4(1), 1-11.
- Mehmet, S., & Eda, O. (2009). Relationship between efficiency level of working capital management and return on total assets in ISE. *International Journal of Business and Management*, 5(11), 109-114.
- Milana, C. (1988). Constant-market-shares analysis and index number theory. *European Journal of Political Economy*, 4(4), 453-478.
- Mohamad, N. A., & Saad, N. M. (2010). Working capital management: The effect of market valuation and profitability in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 5(11), 140-148.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.
- Namdar, J., Pant, G., & Blackhurst, J. (2023). *Impact of industrial and geographical concentrations of upstream industries on firm performance during COVID-19*. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=4331748>
- Nazir, M. S., & Afza, T. (2009). Working capital requirements and the determining factors in Pakistan. *The ICFAI Journal of Applied Finance*, 15(4), 28-38.
- Newey, W., & West, K. (1986). A simple, positive semi-definite, heteroscedastic and autocorrelation consistent covariance matrix. *Econometric*, 55, 703-708.
- Ng, S., Ye, C., Ong, T. S., & Teh, B. H. (2017). The impact of working capital management on firm's profitability: Evidence from Malaysian listed manufacturing firms. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 662-670.
- Nhung L. K., Trang, T. T., & Phuong, D. L. (2021). Relationship between working capital management efficiency and firm profitability of listed plastic companies in Vietnam. *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences*, 8(2), 109-120.

- Nyeadi, J. D., Sare, Y. A., & Aawaar, G. (2018). Determinants of working capital requirement in listed firms: Empirical evidence using a dynamic system GMM. *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1-14.
- Padachi, K. (2006). Trends in working capital management and its impact on firms' performance: An analysis of mauritian small manufacturing firms. *International Review of Business Research Papers*, 2(2), 45-58.
- Pestonji, C. (2023). The impacts of a financial structure on performances. *Hatyai Academic Journal*, 21(1), 23-45. **[in Thai]**
- Pestonji, C., & Wichitsatian, S. (2019). Determinants of working capital management impacting on profitability: Evidence from agro and food industry in Stock Exchange of Thailand. *Suranaree Journal of Social Science*, 13(1), 89-104. **[in Thai]**
- Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1997). Trade credit: Theories and evidence. *Reviews of Financial Studies*, 10(3), 661-691.
- Phromsuwansiri, B., Chutimagul, W., & Promnurakkij, S. (2022). Working capital management policies affecting profitability and sustainable growth rate of the listed companies on the Market for Alternative Investment (MAI). *Journal of Innovation and Management*, 7(2), 46-60. **[in Thai]**
- Piriyakul, M. (2021). Panel data analysis. *Ramkhamhaeng Research Journal of Sciences and Technology*, 30(2), 41-54. **[in Thai]**
- Prasertsak, A., Kanjanawong, S., & Jantarungsri, P. (2022). The relationship model among strategic leadership, innovation management, and organizational performance of private universities in Thailand. *Hatyai Academic Journal*, 20(1), 183-200. **[in Thai]**
- Puriboriboon, P. (2021). The Relationship between working capital management and firm performance of the SET50 index in Thailand. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 41(1), 163-180. **[in Thai]**
- Raheman, A., & Nasr, M. (2007). Working capital management and profitability case of Pakistani firms. *International Review of Business Research Papers*, 3(1), 279-300.
- Ramchandran, A., & Janakiraman, M. (2009). The relationship between working capital management efficiency and EBIT. *Managing Global Transitions*, 7(1), 61-74.
- Rangkakulnuwat, B. (2013). *Time series analysis for economics and business*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. **[in Thai]**

- Rozari, P. E., Sudarma, Y. S., Indrastuti, R., & Febrian, E. (2015). The integrated measuring of working capital management efficiency on financial performance in Indonesia Stock Exchange. *Information Management and Business Review*, 7(3), 26-33.
- Ruppert, D. (2014). *Trimming and winsorization*. Wiley StatsRef: Statistics reference online. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118445112.stat01887>
- Russo, J. F. T. B. (2013). *The working capital management: The determinants and the effect on profitability: Evidence from Portuguese SMEs* (Master's thesis). ISCTE Business School, Portugal.
- Samiloglu, F., & Demirgunes, K. (2008). The effect of working capital management on firm profitability: Evidence from Turkey. *International Journal of Applied Economics and Finance*, 21(1), 44-50.
- SET. (2023). *The market for alternative investment*. Retrieved from <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/619-tsi-life-changing-stock-market-investment-perspectives> [in Thai]
- Shah, S., & Sana, A. (2006). Impact of working capital management on the profitability of oil and gas sector of Pakistan. *European Journal of Scientific Research*, 15(3), 301-307.
- Shan, L. H., Onn, Y. T., Yee, L. S., & Chuan, S. K. (2015). Working capital management effect on the performance of wholesale and property industry in Malaysia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7(5), 19-28.
- Sharma, A. K., & Kumar, S. (2011). Effect of working capital management on firm profitability: Empirical evidence from India. *Global Business Review*, 12(1), 159-173.
- Shin, H. H., & Soenen, L. (1998). Efficiency of working capital management and corporate profitability. *Financial Practice and Education*, 8(3), 37-45.
- Sleuwaegen, L., & Dehandschutter, W. (1986). The critical choice between the concentration ratio and the H-index in assessing industry performance. *The Journal of Industrial Economics*, 35(2), 193-208.
- Song, Z., Liu, D., & Chen, S. (2012). A decision engineering method to identify the competitive effects of working capital: A neural network model. *SciVerse ScienceDirect*, 5, 326-333.
- Szymanski, D. M., Bharadwaj, S. G., & Varadarajan, P. R. (1993). An analysis of the market share-profitability relationship. *Journal of Marketing*, 57(3), 1-18.

- Tarek, Y., & Rafik, M. (2020). The impact of working capital management on corporate's performance: Evidence from Egypt. *International Journal of Business and Management*, 15(6), 151-162.
- Thongnoon, P. (2016). *The relationship between board composition ownership structure and stock price of Thai listed companies on Market for Alternative Investment* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Songkhla. **[in Thai]**
- Wanitchakorn, T. (2019). *Factors affecting the relationship between the optimal working capital level, operating cashflow and the firm profitability of listed company in the Market for Alternative Investment (MAI)* (Master's thesis). Mahidol University, Bangkok. **[in Thai]**
- Wasiuzzaman, S. (2015). Working capital and firm value in an emerging market. *International Journal of Managerial Finance*, 11(1), 60-79.
- Whited, T. M. (1992). Debt, liquidity constraints, and corporate investment: Evidence from panel data. *Journal of Finance*, 47(4), 1425-1460.
- Wichitsathian, S. (2022). Causal relationship between working capital policies and working capital indicators on firm performance: Evidence from Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(5), 0465-0474.
- Wooldridge, J. M. (2002). *Econometric analysis of cross-section and panel data*. Cambridge: The MIT Press.
- Zhao, H., & Zou, S. (2002). The impact of industry concentration and firm location on export propensity and intensity: An empirical analysis of Chinese manufacturing firms. *Journal of International Marketing*, 10(1), 52-71.

ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถทำกำไรของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทย:  
การศึกษาเชิงประจักษ์จากบริษัทร้านอาหารชั้นนำ 40 บริษัท

The Impact of Debt on Profitability of Restaurant Companies in Thailand:  
An Empirical Study from 40 Leading Restaurants

ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น<sup>1\*</sup> และ ธันยกร จันทร์สาส์น<sup>2</sup>

Supachet Chansarn<sup>1\*</sup> and Thanyakorn Chansarn<sup>2</sup>

Received: 25 June 2024

Revised: 18 September 2024

Accepted: 20 September 2024

### Abstract

This study aims to explore the situation regarding debt and profitability of 40 leading restaurant companies in Thailand from 2018 to 2022 and to investigate the impact of debt on the profitability of these companies by employing the fixed and random effects regression analyses. In this study, profitability is measured by two financial ratios, namely, return on assets (ROA) and net profit margin.

The findings reveal that during the study period, the average ROA and net profit margin of these 40 restaurants companies were 7.40 and 3.60 percent, respectively, whereas their average total liabilities to total assets ratio was 51.44 percent. Additionally, these 40 restaurants companies, on average, had greater short-term debt than long-term debt as the average current liabilities to total assets ratio was 34.64 percent, while the average non-current liabilities to total assets ratio was only 16.81 percent. The findings also revealed that the total debt had a significantly negative impact on ROA but no significant impact on net profit margin. Furthermore, ROA was negatively affected by only the short-term debt but was

<sup>1</sup> คณะเศรษฐศาสตร์และการลงทุน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>1</sup> School of Economics and Investment, Bangkok University

<sup>2</sup> คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>2</sup> School of Accounting, Bangkok University

\* ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: supachet.c@bu.ac.th)

not affected by the long-term debt, whereas the net profit margin was determined by none of them. The findings from this study are beneficial to both investors and policy makers. That is, investors can utilize the findings to make decisions on investing in stocks or debentures issued by restaurant companies, whereas policy makers can utilize them to promote restaurant companies' operation management to obtain favorable and sustainable capital structure.

**Keywords:** *Debt, Short-term Debt, Long-term Debt, Profitability, Restaurant Company*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ของปริมาณหนี้สินและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 บริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 และเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทดังกล่าว โดยอาศัยการวิเคราะห์การถดถอยแบบ Fixed Effects และ Random Effects ทั้งนี้ ความสามารถในการทำกำไรในงานวิจัยเรื่องนี้วัดโดยอัตราส่วนทางการเงินจำนวน 2 ตัว ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิ

จากการศึกษาพบว่าในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา บริษัทร้านอาหารทั้ง 40 แห่ง มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.40 และ 3.60 ตามลำดับ โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 51.44 นอกจากนี้ยังพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วบริษัทร้านอาหารทั้ง 40 แห่ง มีหนี้สินระยะสั้นมากกว่าหนี้สินระยะยาว เนื่องจากอัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยมีค่าเท่ากับร้อยละ 34.64 ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยมีค่าเพียงร้อยละ 16.81 จากการศึกษพบว่า ปริมาณหนี้สินรวมมีผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม แต่ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตรากำไรสุทธิ ทั้งนี้ ปริมาณหนี้สินระยะสั้นมีผลกระทบในเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม แต่ไม่มีผลกระทบต่ออัตรากำไรสุทธิ ในขณะที่ปริมาณหนี้สินระยะยาวไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อทั้งอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรสุทธิ ผลการวิจัยเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อทั้งนักลงทุนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ นักลงทุนสามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยในการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญหรือหุ้นกู้ของบริษัทร้านอาหาร ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเพื่อส่งเสริมการจัดการการดำเนินงานของบริษัทร้านอาหารให้มีโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมและยั่งยืน

**คำสำคัญ:** *หนี้สิน, หนี้สินระยะสั้น, หนี้สินระยะยาว, ความสามารถในการทำกำไร, บริษัทร้านอาหาร*

## บทนำ

การจัดหาเงินทุนโดยการก่อหนี้ (Debt Financing) ถือเป็นทางเลือกแรกของกิจการนิติบุคคลส่วนใหญ่เมื่อต้องการเงินทุน เนื่องจากสามารถทำได้โดยสะดวกผ่านการกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นวิธีที่ช่วยให้เจ้าของกิจการสามารถรักษาความเป็นเจ้าของและอำนาจบริหารได้ และสามารถลดภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ (Corporate Finance Institute [CFI], 2024) แต่ในขณะเดียวกันการก่อหนี้ก็อาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อกิจการได้หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นภาระในการชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย ส่งผลทำให้กิจการมีผลกำไรลดลง อีกทั้งยังอาจส่งผลกระทบต่อระดับความน่าเชื่อถือของกิจการ และก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk) ได้อีกด้วย ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยจำนวนมากไม่น้อยที่ระบุว่าคุณภาพหนี้สินของกิจการจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ของกิจการ (Obstad, Idso, & Valenta, 2022; Ting, 2023; Pojanavatee, 2024) เนื่องจากทำให้กิจการมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้นและมีกำไรลดลงจากภาระในการชำระหนี้

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมกลับพบว่าปริมาณหนี้สินมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรในงานวิจัยในอดีตหลายเรื่อง (Yoon & Jang, 2005; Lan & Nguyen, 2020) โดยงานวิจัยกลุ่มนี้อธิบายว่า การก่อหนี้ช่วยให้กิจการมีเงินทุนมากขึ้น รวมถึงช่วยให้สามารถลงทุนเพิ่มในเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย หรือช่วยให้สามารถขยายกำลังการผลิตได้ ส่งผลทำให้มีผลกำไรสูงขึ้น ข้อค้นพบที่แตกต่างกันบอกเป็นนัยว่า ปริมาณหนี้สินอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินเชื่อที่ได้มา กล่าวคือ หากกิจการใช้สินเชื่อเป็นเงินทุนเพื่อการยกระดับผลิตภาพ (Productivity) ปริมาณสินเชื่อก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ในทางตรงกันข้าม หากกิจการใช้สินเชื่อเป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ ปริมาณสินเชื่อก็จะมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อเชิงลบ ดังนั้นการศึกษาผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกิจการให้เหมาะสมต่อไป

ผลกระทบของโครงสร้างเงินทุนและปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรดังกล่าวข้างต้น ทำให้มีงานวิจัยจำนวนมากที่ทำการศึกษเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนของกิจการในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ โดย M'ng, Rahman, and Sannacy (2017) พบว่า ในช่วงปี ค.ศ. 2004 - 2013 อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 56.26 สูงกว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเพียงร้อยละ 40.13 และ 45.32 ตามลำดับ นอกจากนี้ Chansarn and Chansarn (2016) พบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ของประเทศไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 46.04 ในช่วงปี ค.ศ. 2005 - 2012 ซึ่งสูงกว่ากรณีของประเทศประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ก่อนที่ Waenkaeo and Waroonkun (2022) จะพบว่าค่าเฉลี่ยของ

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2020 มีค่าเท่ากับร้อยละ 53.70 ซึ่งลดลงเล็กน้อยจากช่วงเวลาก่อนหน้า แต่ยังคงอยู่ในระดับที่สูงกว่า ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ

งานวิจัยนี้เลือกทำการศึกษาดูอุตสาหกรรมร้านอาหาร เนื่องจากเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยมีบริษัทร้านอาหารมากถึง 384,777 แห่ง ก่อให้เกิดการจ้างงาน 1,163,918 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ของการจ้างงานทั้งประเทศ (Trade Policy and Strategy Office [TPSO], 2023) นอกจากนี้ยังพบว่า อุตสาหกรรมร้านอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดสูงถึง 407,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.34 ของ GDP ของประเทศไทย (Government Saving Bank [GSB], 2023) สถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าความมั่นคงของอุตสาหกรรมร้านอาหารมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับเศรษฐกิจมหภาคของประเทศไทย สอดคล้องกับ Smathanares and Imprasert (2024) กล่าวว่า ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เข้าสู่ตลาดได้ง่าย ส่งผลให้มีร้านใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดและมีการขยายสาขาของร้านอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาและติดตามการดำเนินงานของกิจการร้านอาหารในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการทำกำไรและโครงสร้างเงินทุน ซึ่งมีความสำคัญกับความอยู่รอดและการเติบโตของกิจการร้านอาหาร

ในกรณีของอุตสาหกรรมร้านอาหาร Hanumas and Attavanich (2020) พบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (Micro, Small and Medium Enterprise [MSMEs]) ในธุรกิจร้านอาหารกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,486 ราย มีค่าเท่ากับร้อยละ 23.47 ระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2560 ต่ำกว่าภาพรวมของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งถือว่ามีผลดีสำหรับกิจการ MSMEs ซึ่งมักอาศัยเงินทุนของเจ้าของเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ไม่พบข้อมูลค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมในกรณีธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมแต่อย่างใด โดยพบเพียงงานของ Yodrach and Yangklan (2021) ที่พบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2563 มีค่าเท่ากับร้อยละ 46.81 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยกิจการทั้งผลิตและบริการอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นผลการวิจัยจึงยังไม่สามารถสะท้อนปริมาณหนี้สินในธุรกิจร้านอาหารได้อย่างชัดเจน

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้เลือกบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 แห่ง ซึ่งมีรายได้รวมสูงสุด 40 อันดับแรกของประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา โดยบริษัททั้ง 40 แห่งดังกล่าว มีรายรับรวมในปี พ.ศ. 2565 รวมกันมากกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมร้านอาหารทั้งประเทศ จึงมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวแทนของบริษัทร้านอาหารของประเทศไทยในการศึกษาครั้งนี้

## วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ (1) เพื่อสำรวจปริมาณหนี้สินและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 แห่ง และ (2) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 แห่ง ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การจัดหาเงินทุนโดยการก่อหนี้ (Debt Financing) หมายถึง การจัดหาเงินทุนโดยการกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน หรือการระดมทุนจากมหาชนโดยการออกตราสารหนี้หรือหุ้นกู้ โดยกิจการมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายดอกเบี้ยและเงินต้นคืนแก่เจ้าหนี้ตามสัญญา โดยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้โดยตรงมีดังนี้

**1. ทฤษฎี Trade-Off (Trade-Off Theory)** ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย Kraus and Litzenberger (1973) ระบุว่า เมื่อกิจการต้องการเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก (External Financing) กิจการจะพิจารณาระหว่างการจัดหาเงินทุนโดยการก่อหนี้กับการจัดหาเงินทุนจากผู้ถือหุ้น ซึ่งทั้งสองแบบต่างมีข้อดีและข้อเสียที่กิจการจะต้องพิจารณาก่อนการตัดสินใจ

ข้อดีของการจัดหาเงินทุนโดยการก่อหนี้ ได้แก่ (1) การจ่ายชำระเงินต้นและดอกเบี้ยที่เกิดจากการกู้ยืมจะทำให้กำไรของกิจการลดลง ส่งผลทำให้กิจการจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลลดลง และ (2) เจ้าของกิจการจะยังคงมีอำนาจในการควบคุมบริหารจัดการในกิจการได้ 100% ในขณะที่การก่อหนี้มีข้อเสีย ได้แก่ (1) การก่อหนี้จะก่อให้เกิดความเสี่ยงทางการเงินที่กิจการอาจล้มละลายหากเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องของกิจการจนไม่สามารถชำระหนี้ได้ และ (2) การก่อหนี้ อาจทำให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาเช่น พนักงานลาออก เกิดความขัดแย้งระหว่างเจ้าหนี้และผู้ถือหุ้น และสัญญาที่ไม่เป็นประโยชน์จากผู้ขายวัตถุดิบ ฯลฯ

ในทางตรงกันข้าม การจัดหาเงินทุนจากผู้ถือหุ้นมีข้อดี ได้แก่ (1) กิจการไม่ต้องแบกรับภาระผูกพันในการจ่ายเงินกู้และดอกเบี้ยจ่าย และ (2) ไม่มีความเสี่ยงทางการเงินที่กิจการอาจล้มละลายหากเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องของกิจการจนไม่สามารถชำระหนี้ได้ ในขณะที่มีข้อเสีย ได้แก่ (1) อาจทำให้กิจการเสียอำนาจการควบคุมและการบริหารจัดการให้กับบุคคลภายนอก และ (2) จำนวนเงินที่จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นรายใหม่ยังไม่สามารถนำมาคำนวณเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการประหยัดภาษีได้

ดังนั้นกิจการจึงมักมีการจัดหาเงินทุนจากทั้งสองวิธี โดยพยายามจัดหาเงินทุนภายใต้ความสมดุลระหว่างจำนวนดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายจากการกู้ยืม และจำนวนผลกำไรสุทธิที่จะจ่ายปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นที่จะทำให้กิจการได้รับผลตอบแทนมากที่สุด และเสียค่าใช้จ่ายในการจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอกน้อยที่สุด (Frank & Goyal, 2007)

**2. ทฤษฎี Pecking Order (Pecking Order Theory)** เป็นทฤษฎีที่พัฒนาสืบเนื่องมาจากทฤษฎี Trade-Off นำเสนอโดย Myers and Majluf (1984) ระบุว่า กิจการมีการจัดอันดับทางเลือกในการจัดหาเงินทุน โดยกิจการจะเลือกจัดหาทุนจากภายในกิจการ (Internal Financing) ซึ่งโดยทั่วไปจะได้จากเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น และกำไรสะสม (Retained Earning) ก่อนเป็นอันดับแรก เนื่องจากมีความยุ่งยากน้อยกว่าการจัดหาเงินทุนจากภายนอก เมื่อเงินทุนภายในไม่เพียงพออีกต่อไป กิจการจะเลือกจัดหาเงินทุนจากภายนอก (External Financing) โดยการก่อหนี้เป็นทางเลือกอันดับที่สอง และเมื่อไม่สามารถก่อหนี้ได้อีก กิจการจะเลือกจัดหาเงินทุนจากผู้ถือหุ้นเป็นทางเลือกสุดท้าย (Frank & Goyal, 2007)

ทั้งนี้ แนวคิดตามทฤษฎี Pecking Order มีพื้นฐานมาจากปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล (Asymmetric Information) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริหารจะมีข้อมูลเกี่ยวกับโอกาส ความเสี่ยง และมูลค่าของกิจการดีกว่านักลงทุนภายนอก จึงทำให้ผู้บริหารเลือกที่จะใช้เงินทุนภายในกิจการเป็นอันดับแรกเมื่อต้องการระดมทุนเพื่อลงทุนในโครงการใด ๆ นอกจากนี้ ความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลยังเป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการเลือกที่ระดมทุนโดยการก่อหนี้ก่อนการขายหุ้น ทั้งนี้ เนื่องจากการก่อหนี้แสดงให้เห็นถึงความมั่นใจของผู้บริหารที่มีต่อโครงการลงทุนว่าจะมีกำไร ทำให้เป็นการส่งสัญญาณต่อนักลงทุนว่าหุ้นของกิจการ ณ ปัจจุบันมีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งทำให้หุ้นของกิจการมีราคาสูงขึ้น (Frank & Goyal, 2007)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยจำนวนมากที่ทำการศึกษาผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของร้านอาหารและธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหาร อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองยังไม่ชัดเจนมากนัก เนื่องจากข้อค้นพบจากงานวิจัยในอดีตมีความแตกต่างกันหลากหลาย ตัวอย่างเช่น Yodrach and Yangklan (2021) พบว่า ปริมาณหนี้สินซึ่งวัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt-equity Ratio) มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออัตรากำไรสุทธิของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2563 ในขณะที่ Yoon and Jang (2005) พบว่า ปริมาณหนี้สินซึ่งวัดจากอัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลในเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสามารถในการทำกำไรซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) ของบริษัทร้านอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี ค.ศ. 1998 - 2003

ในตรงกันข้าม Hanumas and Attavanich (2020) พบว่า ปริมาณหนี้สินซึ่งวัดจากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมีผลกระทบในเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิของบริษัทร้านอาหารที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2560 และ Obstad et al. (2022) พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมมีผลกระทบในเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรของร้านอาหารในประเทศนอร์เวย์ ระหว่างปี ค.ศ. 2010 - 2019 นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยของ Ting (2023) ที่พบว่า ปริมาณหนี้สินที่วัดจากอัตราส่วน

หนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทบริการจัดเลี้ยงอาหารในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2018 - 2022

ในกรณีของอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากการทบทวนวรรณกรรมส่วนใหญ่พบว่า ปริมาณหนี้สินมีผลกระทบในเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรในหลายอุตสาหกรรมในประเทศต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมปิโตรเคมีในประเทศซาอุดีอาระเบีย (Rehman, Khan, & Khokhar, 2014) อุตสาหกรรมพลังงานในประเทศปากีสถาน (Fareed, Ali, Shahzad, Nazir, & Ullah, 2016) อุตสาหกรรมการผลิตในประเทศบังคลาเทศ (Hossain, 2020) และประเทศอินโดนีเซีย (Wijaya, Harjono, & Mahadwartha, 2022) อุตสาหกรรมยานยนต์ ซีเมนต์ และน้ำตาลในประเทศปากีสถาน (Nazir, Azam, & Khalid, 2021) และอุตสาหกรรมบริการในประเทศจอร์แดน (Gharaibeh & Khaled, 2020) รวมทั้งในกรณีของบริษัทจดทะเบียนใน S&P500 ของสหรัฐอเมริกา (Zhang, Hu, & Luo, 2020) ในขณะที่มีบางงานวิจัยกลับพบว่า ปริมาณหนี้สินมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ Ifeduni and Charles (2018) ในกรณีของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไนจีเรีย และ Lan and Nguyen (2020) ในกรณีของอุตสาหกรรมค้าส่งค้าปลีก บริการ เกษตร การผลิต การทำเหมือง และการขนส่งในประเทศเวียดนาม

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า นอกจากปริมาณหนี้สินแล้วยังมีปัจจัยอีกหลายประการที่ล้วนมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการในธุรกิจบริการอาหาร ที่สำคัญได้แก่ (1) สภาพคล่อง (Liquidity) ซึ่งวัดจากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) โดยพบว่ามีทั้งอิทธิพลในเชิงบวก (Hanumas & Attavanich, 2020; Yodrach & Yangklan, 2021) และอิทธิพลในเชิงลบ (Endri, Kartika, Budiasih, & Yuliantini, 2020) (2) การเติบโตของยอดขาย (Sale Growth) โดยพบว่ามีอิทธิพลในเชิงบวก (Obstad et al., 2022) (3) อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (Selling and Administrative Expense to Sales) โดยพบว่ามีอิทธิพลในเชิงลบ (Mun & Jang, 2018) (4) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover) โดยพบว่ามีอิทธิพลในเชิงบวก (Endri et al., 2020) และ (5) ขนาดของกิจการ (Firm Size) โดยพบว่ามีทั้งอิทธิพลในเชิงลบ (Mun & Jang, 2018) และอิทธิพลในเชิงบวก (Endri et al., 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้พบช่องว่างของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปริมาณหนี้สินและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทยหลายประการ ได้แก่

1. ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทยและในประเทศต่าง ๆ ยังไม่มีความชัดเจน ทั้งทิศทางของผลกระทบและระดับของผลกระทบ เนื่องจากมีทั้งงานวิจัยที่พบผลกระทบในเชิงบวกและงานวิจัยที่พบผลกระทบในเชิงลบ

2. ยังไม่พบงานวิจัยใดที่ทำการวิเคราะห์ผลกระทบของหนี้สินระยะสั้นและระยะยาวที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทย กล่าวคืองานวิจัยทั้งหมดเน้นวิเคราะห์ผลกระทบของหนี้สินรวมเป็นหลัก

3. ยังไม่พบงานวิจัยใดที่เน้นศึกษากรณีของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทยตามรหัส TSIC 56101 เป็นการเฉพาะ โดยพบเพียงงานวิจัยที่ครอบคลุมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งอยู่ในรหัส TSIC ที่แตกต่างกัน และไม่ได้ทำธุรกิจร้านอาหารโดยตรง

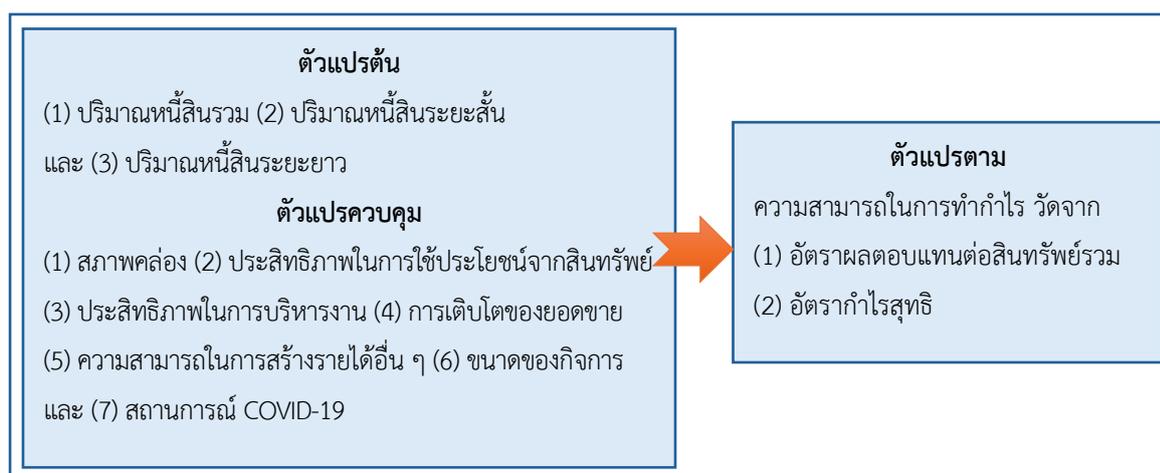
4. ยังไม่พบงานวิจัยที่เน้นศึกษาบริษัทร้านอาหารที่เป็นผู้นำตลาดในประเทศไทย ซึ่งมีการเปิดสาขาร้านอาหารทั่วประเทศ โดยพบเพียงงานวิจัยที่ศึกษาร้านอาหารที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหลัก

5. งานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่ยังขาดตัวแปรสำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหาร ได้แก่ สถานการณ์ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหาร และรายได้อื่น ๆ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้มุ่งเน้นวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สิน ทั้งหนี้สินรวม หนี้สินระยะสั้น และหนี้สินระยะยาว ตลอดจนปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ได้แก่ สภาพคล่อง ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ ประสิทธิภาพในการบริหารงาน การเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ ขนาดของกิจการ และสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศ ซึ่งมีการเปิดสาขาร้านอาหารทั่วประเทศ เพื่อเติมเต็มช่องว่างการวิจัยดังกล่าวและสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรมโดยผู้วิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร วัดจากอัตราส่วนทางการเงิน 2 ตัว ได้แก่ (1) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets: ROA) และ (2) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

ตัวแปรต้น ได้แก่ (1) ปริมาณหนี้สินรวม วัดจากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (2) ปริมาณหนี้สินระยะสั้น วัดจากอัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม และ (3) ปริมาณหนี้สินระยะยาว วัดจากอัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม

ตัวแปรควบคุม ได้แก่ (1) สภาพคล่อง วัดจากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) (2) ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ วัดจากอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Total Assets Turnover) (3) ประสิทธิภาพในการบริหารงาน วัดจากอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายรับรวม (หากมีค่าต่ำแสดงว่ามีประสิทธิภาพในการบริหารงานสูง) (4) การเติบโตของยอดขาย วัดจากอัตราการเติบโตของยอดขาย (5) ความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ วัดจากอัตราส่วนของรายได้อื่น ๆ ต่อรายรับรวม (6) ขนาดของกิจการ วัดจากปริมาณสินทรัพย์รวม และ (7) สถานการณ์ COVID-19 วัดจากตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ของช่วงเวลาที่เกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 นั่นคือปี พ.ศ. 2563 - 2564

ทั้งนี้ ตัวแปรควบคุมข้างต้นจะถูกนำไปวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรต้นในการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม การมีอยู่ของตัวแปรควบคุมจะช่วยลดผลกระทบของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีต่อตัวแปรตาม ช่วยให้ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ครอบคลุมบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 บริษัท โดยเป็นบริษัทจดทะเบียนรหัส TSIC 56101 (การบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร) จากฐานข้อมูล DBD Datawarehouse+ (Department of Business Development, 2024) ซึ่งมีรายได้รวมสูงสุดในประเทศไทย 40 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2565 แบ่งเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 35 บริษัท และบริษัทมหาชนจำกัด จำนวน 5 บริษัท

บริษัทร้านอาหารทั้ง 40 แห่ง ที่ทำการศึกษาครั้งนี้มีรายได้รวมในปี พ.ศ. 2565 รวมกันเท่ากับ 110,105.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.05 ของมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมร้านอาหารของประเทศไทย และหากเปรียบเทียบกับบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่ได้ยื่นงบการเงินต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งมีจำนวน 13,698 ราย พบว่า รายได้รวมของบริษัททั้ง 40 แห่ง ดังกล่าวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 42.32 ของรายได้รวมของบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่ได้ยื่นงบการเงินต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งเห็นได้ว่า

บริษัททั้ง 40 แห่ง คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.3 ของบริษัทที่ยื่นงบการเงินทั้งหมด แต่สามารถครอบคลุมส่วนแบ่งการตลาดได้ถึงร้อยละ 42.32 ดังนั้นจึงถือได้ว่าบริษัทที่เลือกมาทั้ง 40 แห่ง มีความเหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทยได้

### เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในทำกำไรของบริษัทร้านอาหารจำนวน 40 บริษัท ในช่วงเวลา 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 โดยอาศัยข้อมูลพาแนล (Panel Data) แบบจำลองที่จะทำการวิเคราะห์มีทั้งหมด 4 แบบจำลอง โดยมีรูปแบบดังนี้

**แบบจำลองที่ 1:** วิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินรวมที่มีต่อความสามารถในทำกำไร ซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

$$ROA = f(DEBT, CR, TAT, SG, SAE, OI, SIZE, CVD)$$

**แบบจำลองที่ 2:** วิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาวที่มีต่อความสามารถในทำกำไร ซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

$$ROA = f(SDEBT, LDEBT, CR, TAT, SG, SAE, OI, SIZE, CVD)$$

**แบบจำลองที่ 3:** วิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินรวมที่มีต่อความสามารถในทำกำไร ซึ่งวัดจากอัตรากำไรสุทธิ

$$NPM = f(DEBT, CR, TAT, SG, SAE, OI, SIZE, CVD)$$

**แบบจำลองที่ 4:** วิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาวที่มีต่อความสามารถในทำกำไร ซึ่งวัดจากอัตรากำไรสุทธิ

$$NPM = f(SDEBT, LDEBT, CR, TAT, SG, SAE, OI, SIZE, CVD)$$

กำหนดให้

ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (%) และ (2) NPM = อัตรากำไรสุทธิ (%) โดยทั้งสองตัวแปรคือตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไร

DEBT = ปริมาณหนี้สินรวม วัดจากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (%) SDEBT = ปริมาณหนี้สินระยะสั้น วัดจากอัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม (%) LDEBT = ปริมาณหนี้สินระยะยาว วัดจากอัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม (%) CR = สภาพคล่อง วัดจากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า) TAT = ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ วัดจากอัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ (เท่า) SG = การเติบโตของยอดขาย วัดจากอัตรากำไรเติบโตของยอดขาย (%) SEA = ประสิทธิภาพในการบริหารงาน วัดจากอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายรับรวม (%) OI = ความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ วัดจากอัตราส่วนของรายได้อื่น ๆ ต่อรายรับรวม (%) SIZE = ขนาดของกิจการ วัดจากปริมาณสินทรัพย์รวมในรูปแบบ Natural Logarithm CVD = ตัวแปรหุ่นของช่วงเวลาที่เกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดย CVD = 1 กรณีปี พ.ศ. 2563 และ 2564 และ CVD = 0 กรณีปี พ.ศ. 2561 2562 และ 2565

ทั้งนี้ สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยของตัวแปรต้น:** ปริมาณหนี้สิน ทั้งปริมาณหนี้สินรวม (DEBT) ปริมาณหนี้สินระยะสั้น (SDEBT) และปริมาณหนี้สินระยะยาว (LDEBT) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไร

**สมมติฐานการวิจัยของตัวแปรควบคุม:** สภาพคล่อง (CR) ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ (TAT) การเติบโตของยอดขาย (SG) ประสิทธิภาพในการบริหารงาน (SAE) ความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ (OI) และขนาดของกิจการ (SIZE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการทำกำไร ในขณะที่ช่วงเวลาที่เกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 (CVD) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไร

งานวิจัยนี้อาศัยข้อมูลทางการเงินของบริษัทร้านอาหารทั้ง 40 บริษัทข้างต้น ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 ซึ่งแสดงในงบแสดงฐานะทางการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จที่ยื่นต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สืบค้นจากฐานข้อมูล DBD Datawarehouse+ (Department of Business Development, 2024) ข้อมูลได้มาจากงบแสดงฐานะทางการเงิน ได้แก่ (1) สินทรัพย์หมุนเวียน (2) สินทรัพย์รวม (3) หนี้สินหมุนเวียน (4) หนี้สินไม่หมุนเวียน (5) หนี้สินรวม และ (6) ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ และข้อมูลที่ได้จากงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ได้แก่ (1) ยอดขาย (2) รายรับรวม (3) รายได้อื่น ๆ (4) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และ (5) กำไรสุทธิ

สำหรับสาเหตุที่เลือกศึกษาเฉพาะช่วงปี พ.ศ. 2561 - 2565 เนื่องจากฐานข้อมูล DBD Datawarehouse+ ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลเดียวที่สามารถสืบค้นข้อมูลงบการเงินของนิติบุคคลทั้งบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด สามารถสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้เพียง 5 ปี อย่างไรก็ตาม การศึกษาข้อมูลบริษัทย้อนหลังในช่วง 5 ปีถือเป็นช่วงเวลาที่ไม่น่าสนใจเกินไป โดยเป็นช่วงเวลาที่สามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่าง ๆ ของบริษัทได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ไม่ยาวนานเกินไปจนปัจจัยภายในบริษัท เช่น กรรมการบริหาร นโยบายและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผลิตภัณฑ์หลัก ฯลฯ มีการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยงานวิจัยนี้อาศัยข้อมูลแบบพาแนล (Panel Data) ของบริษัทร้านอาหารจำนวน 40 บริษัท ในช่วงเวลา 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Pooled OLS ไม่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว เนื่องจากวิธี Pooled OLS ไม่สามารถวิเคราะห์ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobserved Effect) ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ ส่งผลทำให้ค่าสถิติจากวิธี Pooled OLS มี คุณลักษณะ Biased และ Inconsistent (Wooldridge, 2019) เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงเลือกใช้วิธีวิเคราะห์แบบ Fixed Effects Regression และ Random Effects Regression ในการวิเคราะห์ข้อมูลแทน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารโดยวิธีวิเคราะห์แบบ Fixed Effects Regression และ Random Effects Regression มีรายละเอียดดังนี้

#### แบบจำลอง Fixed Effects Regression

แบบจำลอง Fixed Effects Regression (ในที่นี้จะนำเสนอตัวอย่างเฉพาะกรณีแบบจำลองที่ 1 เท่านั้น) มีรูปแบบสมการดังนี้

$$ROA_{it} = \delta_0 + \delta_1 DEBT_{it} + \delta_2 CR_{it} + \delta_3 TAT_{it} + \delta_4 SEA_{it} + \delta_5 SG_{it} + \delta_6 OI_{it} + \delta_7 SIZE_{it} + \delta_8 CVD_{it} + a_i + \mu_{it} \quad (1)$$

กำหนดให้  $ROA_{it}$  คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทที่  $i$  ในปีที่  $t$  โดย  $i = 1, 2, \dots, 40$  และ  $t = 1, 2, \dots, 5$  ในขณะที่  $a_i$  คือ ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobserved Effect) ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และ  $\mu_{it}$  คือ ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Term)

จากสมการ Fixed Effects Regression ข้างต้น ทำการปรับให้เป็นสมการค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\overline{ROA}_i = \delta_0 + \delta_1 \overline{DEBT}_i + \delta_2 \overline{CR}_i + \delta_3 \overline{TAT}_i + \delta_4 \overline{SEA}_i + \delta_5 \overline{SG}_i + \delta_6 \overline{OI}_i + \delta_7 \overline{SIZE}_i + \delta_8 \overline{CVD}_i + a_i + \bar{\mu}_i \quad (2)$$

หักลบสมการที่ (1) ด้วยสมการที่ (2) เพื่อขจัดตัวแปร  $a_i$  (ตัวแปรผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้) ออกไปจากสมการ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นดังนี้

$$ROA_{it} - \overline{ROA}_i = \delta_1 (DEBT_{it} - \overline{DEBT}_i) + \delta_2 (CR_{it} - \overline{CR}_i) + \delta_3 (TAT_{it} - \overline{TAT}_i) + \delta_4 (SEA_{it} - \overline{SEA}_i) + \delta_5 (SG_{it} - \overline{SG}_i) + \delta_6 (OI_{it} - \overline{OI}_i) + \delta_7 (SIZE_{it} - \overline{SIZE}_i) + \delta_8 (CVD_{it} - \overline{CVD}_i) + (\mu_{it} - \bar{\mu}_i) \quad (3)$$

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ Fixed Effects Regression จะเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพาแนล เฉพาะกรณีที่ตัวแปร  $a_i$  (ตัวแปรผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้) มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในสมการอย่างน้อย 1 ตัว หากผลกระทบที่สังเกตไม่ได้ดังกล่าวไม่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระใด ๆ ในสมการ การวิเคราะห์ด้วยวิธี Random Effects Regression จะมีความเหมาะสมมากกว่า (Wooldridge, 2019)

#### แบบจำลอง Random Effects Regression

ในกรณีที่ตัวแปรผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (ตัวแปร  $a$ ) ไม่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระใด ๆ ในสมการ นั่นคือ  $Covariance(x_{it}, a_i) = 0$  กำหนดให้  $i = 1, 2, \dots, 40$  และ  $t = 1, 2, \dots, 5$  การวิเคราะห์ Random Effects Regression จะมีความเหมาะสมมากกว่าสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพาแนล ทั้งนี้แบบจำลอง Random Effects Regression มีรูปแบบสมการดังนี้

$$ROA_{it} = \delta_0 + \delta_1 DEBT_{it} + \delta_2 CR_{it} + \delta_3 TAT_{it} + \delta_4 SEA_{it} + \delta_5 SG_{it} + \delta_6 OI_{it} + \delta_7 SIZE_{it} + \delta_8 CVD_{it} + v_{it} \quad (4)$$

กำหนดให้  $v_i$  คือ Composite Error Term ซึ่งเป็นผลรวมระหว่างตัวแปรผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ ( $a_i$ ) และค่าความคลาดเคลื่อน ( $\mu_i$ ) นั่น  $v_{it} = a_i + \mu_{it}$

ทั้งนี้ ตัวแปร  $a$  เป็นส่วนหนึ่งของ Composite Error Term ดังนั้น จึงทำให้ตัวแปร  $v$  มีสหสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลา ดังนี้

$$\text{Corr}(v_{it}, v_{is}) = \frac{\sigma_a^2}{(\sigma_a^2 + \sigma_\mu^2)}, i \neq s$$

กำหนดให้ คือ  $\sigma_a^2$  ค่าความแปรปรวนของตัวแปร  $a$  และ คือ  $\sigma_\mu^2$  ค่าความแปรปรวนของ  $\mu$  ตามลำดับ

#### การทดสอบ Hausman Test

ในการพิจารณาเลือกใช้แบบจำลองระหว่าง Fixed Effects (FE) Regression และ Random Effects (RE) Regression งานวิจัยนี้จะทำการทดสอบ Hausman Test เพื่อทดสอบว่า ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ ( $a$ ) มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในสมการหรือไม่ โดยมีสมมติฐานในการทดสอบดังนี้

$H_0$ : Random Effects Model มีคุณลักษณะ Unbiased และ Consistent (เลือก RE)

$H_1$ : Random Effects Model มีคุณลักษณะ Biased และ Inconsistent (เลือก FE)

หากผลการทดสอบ Hausman Test พบว่า ปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า Random Effects Model มีคุณลักษณะ Biased และ Inconsistent จะถือว่า ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (ตัวแปร  $a$ ) มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ และจะเลือกใช้แบบจำลอง Fixed Effects Regression ในทางตรงกันข้าม หากพบว่าไม่สามารถปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า Random Effects Model มีคุณลักษณะ Unbiased และ Consistent จะถือว่า ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (ตัวแปร  $a_i$ ) ไม่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ และจะเลือกใช้แบบจำลอง Random Effects Regression

#### ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทางการเงินของบริษัทร้านอาหารทั้ง 40 แห่ง ที่เป็นกรณีศึกษา โดยพบว่าในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา บริษัทร้านอาหารโดยเฉลี่ยแล้วมีสินทรัพย์เท่ากับ 2,340.23 ล้านบาท โดยมีหนี้สินรวมโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,200.65 ล้านบาท ทั้งนี้พบว่า หนี้สินส่วนใหญ่เป็นหนี้สินระยะยาว กล่าวคือ หนี้สินไม่หมุนเวียนมีมูลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 610.95 ล้านบาท ในขณะที่หนี้สินหมุนเวียนซึ่งสะท้อนหนี้สินระยะสั้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 589.70 ล้านบาท สำหรับผลกำไรพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วบริษัทร้านอาหารมีกำไรสุทธิเท่ากับ 150.17 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด พบว่า บริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด

มีหนี้สินรวมโดยเฉลี่ยเท่ากับ 849.39 และ 3,322.27 ล้านบาท ตามลำดับ โดยหนี้สินส่วนใหญ่ของบริษัทจำกัด เป็นหนี้สินระยะสั้น ในขณะที่หนี้สินส่วนใหญ่ของบริษัทมหาชนจำกัดเป็นหนี้สินระยะยาว ในด้านผลกำไร พบว่า บริษัทจำกัดมีกำไรสุทธิโดยเฉลี่ยเพียง 79.25 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทมหาชนจำกัดมีกำไรสุทธิโดยเฉลี่ยสูงถึง 564.32 ล้านบาท

ตารางที่ 1 ข้อมูลทางการเงินของบริษัทร้านอาหารชั้นนำ 40 แห่ง ที่ทำการศึกษา

ข้อมูล	2561	2562	2563	2564	2565	LLC	PCL	ภาพรวม
TA	2,117.22	2,435.73	2,362.92	2,275.93	2,469.42	1,493.23	7,286.70	2,340.23
CL	561.92	566.23	578.50	598.41	631.52	477.13	1,269.60	589.70
NCL	466.08	610.62	673.60	627.22	643.25	372.26	2,052.67	610.95
TL	1,028.01	1,176.85	1,252.10	1,225.63	1,274.77	849.39	3,322.27	1,200.65
SL	2,828.86	3,076.22	2,335.28	2,048.22	2,761.25	2,089.03	5,456.09	2,581.29
TR	2,937.48	3,222.00	2,446.09	2,132.75	2,871.19	2,140.54	5,912.89	2,692.05
SAE	1,406.64	1,484.62	1,088.56	991.98	1,233.40	999.81	2,527.56	1,223.17
NP	221.45	230.70	92.14	41.11	195.98	79.25	564.32	150.17

หมายเหตุ: (1) TA = สินทรัพย์รวม CL = หนี้สินหมุนเวียน NCL = หนี้สินไม่หมุนเวียน TL = หนี้สินรวม SL = ยอดขาย TR = รายรับรวม SAE = ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และ NP = กำไรสุทธิ และ (2) LLC = บริษัทจำกัด และ PCL = บริษัทมหาชนจำกัด ทั้งนี้ ข้อมูลทุกตัว เป็นค่าเฉลี่ยมีหน่วยเป็นล้านบาท

ตารางที่ 2 นำเสนออัตราส่วนทางการเงินแสดงความสามารถในการทำกำไรและปริมาณหนี้สินของบริษัทร้านอาหารที่ทำการศึกษา ทั้งนี้พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วบริษัทร้านอาหารทั้ง 40 แห่ง มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 7.40 และ 3.60 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม เท่ากับร้อยละ 51.44, 34.64 และ 16.81 ตามลำดับ โดยพบว่า เฉลี่ยแล้วบริษัทมหาชนจำกัด มีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเพียงร้อยละ 42.86 ในขณะที่บริษัทจำกัดมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 52.87

ตารางที่ 2 อัตราส่วนทางการเงินของบริษัทร้านอาหารชั้นนำ 40 แห่ง ที่ทำการศึกษา

ข้อมูล	หน่วย	2561	2562	2563	2564	2565	LLC	PCL	ภาพรวม
ROA	%	10.67	10.75	5.16	0.38	11.38	6.94	10.18	7.40
NPM	%	5.76	5.64	3.01	-2.35	6.82	2.63	9.45	3.60
TLTA	%	50.40	48.23	50.06	55.58	52.04	52.87	42.86	51.44
CLTA	%	33.89	34.28	34.35	36.47	33.92	37.11	19.71	34.64
NCLTA	%	16.51	13.95	15.71	19.11	18.12	15.76	23.15	16.81

หมายเหตุ: ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม NPM = อัตรากำไรสุทธิ CLTA = อัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม NCLTA = อัตราส่วนหนี้สินไม่หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม และ TLTA = อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ทำการศึกษา พบว่าไม่มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีค่าสูงกว่า 0.7 หรือต่ำกว่า -0.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity เกิดขึ้น ดังนั้นสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอย สำหรับตัวแปร DEBT (ปริมาณหนี้สินรวม) และ LDEBT (ปริมาณหนี้สินระยะยาว) แม้จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.7247 ก็ไม่ถือเป็นปัญหา เนื่องจากไม่ได้อยู่ในแบบจำลองเดียวกัน

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

	DEBT	SDEBT	LDEBT	CR	TAT	SG	SAE	OI	SIZE
DEBT	1.0000								
SDEBT	0.4910* (0.0000)	1.0000							
LDEBT	0.7247* (0.0000)	-0.2444* (0.0011)	1.0000						
CR	-0.5877* (0.0000)	-0.6219* (0.0000)	-0.1623* (0.0314)	1.0000					
TAT	0.0607 (0.4235)	0.4935* (0.0000)	-0.3228* (0.0000)	-0.3472* (0.0000)	1.0000				
SG	-0.0339 (0.6556)	-0.0161 (0.8322)	-0.0249 (0.7425)	-0.0385 (0.6120)	0.0554 (0.4656)	1.0000			
SAE	-0.0539 (0.4770)	-0.0280 (0.7125)	-0.0379 (0.6171)	0.1051 (0.1652)	-0.1337* (0.0769)	-0.1714* (0.0230)	1.0000		
OI	-0.0054* (0.9434)	0.0544 (0.4734)	-0.0490 (0.5183)	0.0522 (0.4911)	-0.2378* (0.0015)	-0.1025 (0.1758)	0.1157 (0.1262)	1.0000	
SIZE	-0.0385 (0.6118)	-0.4364* (0.0000)	0.3023* (0.0000)	0.2594* (0.0005)	-0.6110* (0.0000)	-0.0997 (0.1879)	-0.1104 (0.1447)	0.1613* (0.0324)	1.0000

หมายเหตุ: \* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หลังจากทำการวิเคราะห์แบบจำลองอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) โดยการวิเคราะห์ Fixed Effects และ Random Effects Regression เป็นที่เรียบร้อย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Hausman Test และพบว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักในทุกแบบจำลอง ดังนั้นจึงเลือกใช้แบบจำลอง Fixed Effects Regression ในทุกแบบจำลองที่ทำการวิเคราะห์ โดยตารางที่ 4 จะแสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ Fixed Effects Regression เท่านั้น

### ผลการวิเคราะห์แบบจำลองอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

ในกรณีของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) พบว่า ปริมาณหนี้สินรวม (DEBT) มีผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (แบบจำลองที่ 1) กล่าวคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมจะลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.1590 หากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และเมื่อพิจารณาแยกเป็นปริมาณหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาว (แบบจำลองที่ 2) พบว่า มีเพียงปริมาณหนี้สินระยะสั้น (SDEBT) ที่มีผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม โดยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมจะลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.2218 หากอัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ในขณะที่ปริมาณหนี้สินระยะยาว (LDEBT) ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ Fixed Effects Regression

ตัวแปร	ROA (อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม)				NPM (อัตรากำไรสุทธิ)			
	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2		แบบจำลองที่ 3		แบบจำลองที่ 4	
	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value
DEBT	-0.1590*	0.0170			-0.0208	0.7240		
SDEBT			-0.2218*	0.0080			0.0574	0.4360
LDEBT			-0.1165	0.1170			-0.0736	0.2650
CR	-1.1189	0.3510	-1.5384	0.2160	2.1718*	0.0440	2.6943*	0.0160
TAT	9.8307*	0.0000	9.9732*	0.0000	4.2941*	0.0100	4.1170*	0.0130
SG	0.0229*	0.0010	0.0237*	0.0010	0.0216*	0.0010	0.0207*	0.0010
SAE	-0.2160*	0.0000	-0.2286*	0.0000	-0.5580*	0.0000	-0.5423*	0.0000
OI	0.4315*	0.0240	0.4838*	0.0130	0.3533*	0.0380	0.2883*	0.0950
SIZE	5.4298*	0.0300	5.2021*	0.0370	3.1296	0.1600	3.4140	0.1230
CVD	-3.3833*	0.0030	-3.2968*	0.0040	-0.5176	0.6070	-0.6253	0.5320
Constant	-103.86*	0.0620	-96.970*	0.0830	-46.591	0.3480	-55.187	0.2650
Hausman Stat	19.1200		23.7300		205.550		212.810	
P-Value	0.0142		0.0048		0.0000		0.0000	
Chosen			Fixed Effects		Fixed Effects		Fixed Effects	
Model	Fixed Effects							
R-Square	0.6710		0.6750		0.7283		0.7347	
Observations	176		176		176		176	

หมายเหตุ: \* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับปัจจัยอื่น ๆ จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ (TAT) การเติบโตของยอดขาย (SG) ความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ (OI) และขนาดของกิจการ (SIZE) มีผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ในขณะที่ประสิทธิภาพในการบริหารงาน (SAE) และสถานการณ์ COVID-19 (CVD) ผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม หากพิจารณาจากแบบจำลองที่ 1 พบว่า เมื่ออัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์เพิ่มขึ้น 1 เท่า อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และอัตราส่วนของรายได้อื่น ๆ ต่อรายรับรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์จะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 9.8307 0.0229 และ 0.4315 ตามลำดับ ในขณะที่อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายรับรวมที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ลดลงร้อยละ 0.2160 โดยบริษัทร้านอาหารมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยในช่วง COVID-19 ต่ำกว่าช่วงเวลาปกติร้อยละ 3.3833

### ผลการวิเคราะห์แบบจำลองอัตรากำไรสุทธิ

ในกรณีของอัตรากำไรสุทธิ (NPM) พบว่า ผลลัพธ์แตกต่างไปจากกรณีของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม นั่นคือ ปริมาณหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นปริมาณหนี้สินรวม (DEBT) (แบบจำลองที่ 3) หรือปริมาณหนี้สินระยะสั้น (SDEBT) และปริมาณหนี้สินระยะยาว (LDEBT) (แบบจำลองที่ 4) ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตรากำไรสุทธิ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออัตรากำไรสุทธิ ได้แก่ สภาพคล่อง (CR) ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ (TAT) การเติบโตของยอดขาย (SG) และความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ (OI) ในขณะที่ประสิทธิภาพในการบริหารงาน (SAE) มีผลกระทบในเชิงลบต่ออัตรากำไรสุทธิ ในขณะที่ขนาดของกิจการ (SIZE) และสถานการณ์ COVID-19 (CVD) ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตรากำไรสุทธิ หากพิจารณาจากแบบจำลองที่ 1 พบว่า เมื่ออัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น 1 เท่า อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์เพิ่มขึ้น 1 เท่า อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และอัตราส่วนของรายได้อื่น ๆ ต่อรายรับรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 อัตรากำไรสุทธิจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.1718 4.2941 0.0216 และ 0.3533 ตามลำดับ ในขณะที่อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายรับรวมที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตรากำไรสุทธิลดลงร้อยละ 0.5580

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 แห่งระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Hanumas and Attavanich (2020); Obstad et al. (2022); Ting (2023) และตรงกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ เฉพาะในกรณีที่ความสามารถในการทำกำไรวัดโดยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม นั่นคือ ปริมาณหนี้สินรวมและปริมาณหนี้สินระยะสั้นส่งผลกระทบในเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อย่างไรก็ตาม ปริมาณหนี้สินระยะยาวไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรคืออัตรากำไรสุทธิ ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยข้างต้นและสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ เนื่องจากพบว่า ปริมาณหนี้สินไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่ออัตรากำไรสุทธิ ไม่ว่าจะเป็ปริมาณหนี้สินรวม หนี้สินระยะสั้น หรือหนี้สินระยะยาว

ผลกระทบเชิงลบของปริมาณหนี้สินรวมที่มีต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม สะท้อนว่าการก่อหนี้ของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นการก่อหนี้เพื่อการดำเนินงานมากกว่าที่จะเป็นการก่อหนี้เพื่อลงทุนเพิ่มผลิตภาพ สอดคล้องกับคุณลักษณะของธุรกิจร้านอาหารซึ่งเน้นงานบริการมากกว่าการผลิตโดยอาศัยเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ก่อให้เกิดภาระทางการเงินให้แก่กิจการในอัตราที่สูงกว่ายอดขายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดลงเมื่อกิจการมีปริมาณหนี้สินมากขึ้น ทั้งนี้ผลกระทบเชิงลบของปริมาณหนี้สินระยะสั้นที่มีต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม สอดคล้องกับข้อสรุปข้างต้นเป็นอย่างดี กล่าวคือ การก่อหนี้ระยะสั้นซึ่งมีกำหนดชำระหนี้ภายในหนึ่งปีมักเกิดจากการดำเนินงานถือเป็นภาระทางการเงินที่ส่งผลเสียต่อผลกำไรของกิจการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในทางตรงกันข้าม การก่อหนี้ระยะยาวมักถูกใช้เพื่อการลงทุนซึ่งมีแนวโน้มเป็นประโยชน์ต่อผลิตภาพและส่งผลดีต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการ อย่างไรก็ตาม การก่อหนี้ระยะยาวเพื่อการลงทุนมักใช้เวลานานก่อนที่จะเห็นผลลัพธ์และอาจยังไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในช่วงปีนั้น ๆ โดยอาจเป็นสาเหตุที่ปริมาณหนี้สินระยะยาวไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในงานวิจัยนี้ สำหรับอัตรากำไรสุทธิซึ่งพบว่า ได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างไม่มีนัยสำคัญจากปริมาณหนี้สิน สาเหตุสำคัญมาจากการที่ตัวหารของตัวชี้วัดปริมาณหนี้สิน (นั่นคือ สินทรัพย์รวม) ซึ่งเป็นตัวแปรสต็อก (Stock Variable) มักมีการเปลี่ยนแปลงในระดับที่ต่ำกว่าตัวหารของอัตรากำไรสุทธิ (นั่นคือ รายรับรวม) ซึ่งเป็นตัวแปรกระแส (Flow Variable) โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายรับรวมของร้านอาหารที่ผันผวนเป็นอย่างมากในช่วง COVID-19 ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิมีความผันผวนมาก และไม่สามารถอธิบายได้โดยปริมาณหนี้สิน อย่างไรก็ตาม หากไม่คำนึงถึงนัยสำคัญทางสถิติจะพบว่าปริมาณหนี้สินมีผลกระทบในเชิงลบต่ออัตรากำไรสุทธิเช่นเดียวกัน

สำหรับปัจจัยอื่น ๆ พบว่า ผลกระทบที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรเป็นไปตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ นั่นคือ สภาพคล่อง ประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ ประสิทธิภาพในการบริหารงานความสามารถในการสร้างรายได้อื่น ๆ และการเติบโตของยอดขาย ล้วนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไรทั้งสิ้น กล่าวคือ (1) การมีสภาพคล่องสูง จะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและง่ายต่อการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระหนี้ระยะสั้น เช่น หนี้การค้า (2) การใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ของกิจการได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะทำให้กิจการสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ในการสร้างรายได้ได้มากขึ้น (3) การบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จะช่วยให้ยอดขายเติบโตในอัตราที่สูงกว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ทำให้กิจการมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวมต่ำลง (4) การสร้างรายได้จากแหล่งอื่น ๆ ที่มีให้บริการหลักของกิจการได้มากขึ้น ก็จะช่วยสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่

กิจการ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงให้แก่กิจการได้ และ (5) การเติบโตของยอดขาย ย่อมนำมาซึ่งรายได้ที่มากขึ้นของกิจการ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวล้วนทำให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นทั้งสิ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ขนาดของกิจการมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่า การเป็นกิจการขนาดใหญ่สร้างข้อได้เปรียบในการทำธุรกิจได้เป็นอย่างมาก ที่สำคัญคือ การประหยัดจากการที่สามารถกระจายค่าใช้จ่ายดำเนินการงานต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การจัดซื้อวัตถุดิบ การขนส่ง การบริหารจัดการ การซ่อมบำรุง ฯลฯ ไปยังสาขาที่มีจำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนการดำเนินงานโดยเฉลี่ยต่ำลง นอกจากนี้การเป็นกิจการขนาดใหญ่มักเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากกว่ากิจการขนาดเล็ก เอื้อประโยชน์ต่อการทำการตลาดและการสร้างแบรนด์ ช่วยให้สร้างยอดขายได้มากกว่าอีกด้วย ข้อได้เปรียบดังกล่าวล้วนทำให้กิจการขนาดใหญ่มีโอกาสสร้างผลกำไรในอัตราสูงได้มากกว่ากิจการขนาดเล็ก สำหรับสถานการณ์ COVID-19 พบว่า มีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ เนื่องจากช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ร้านอาหารไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ โดยต้องปิดให้บริการในช่วงแรกของการระบาดและเปลี่ยนเป็นให้บริการแบบ Delivery แทน และเมื่อเริ่มผ่อนคลายก็ยังคงต้องใช้มาตรฐาน Social Distancing ต่ออีกเป็นระยะเวลาานาน ส่งผลเสียต่อความสามารถในการทำกำไรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ทำการศึกษาศถานการณ์ของปริมาณหนี้สินและความสามารถในการทำกำไร และวิเคราะห์ผลกระทบของปริมาณหนี้สินที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารชั้นนำของประเทศไทยจำนวน 40 บริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 โดยพบว่า บริษัทร้านอาหารที่ทำการศึกษามีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.40 และ 3.60 ตามลำดับ โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 51.44 นอกจากนี้ยังพบว่า ปริมาณหนี้สินรวมมีผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม แต่ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตรากำไรสุทธิ ทั้งนี้ ปริมาณหนี้สินระยะสั้นมีผลกระทบในเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม แต่ไม่มีผลกระทบต่ออัตรากำไรสุทธิ ในขณะที่ปริมาณหนี้สินระยะยาวไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อทั้งอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อค้นพบจากงานวิจัยถือเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ฯลฯ ในการกำหนดแนวทางการกำกับดูแลการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทย ให้มีการบริหารจัดการอย่างถูกต้องเหมาะสมและยั่งยืน โดยเฉพาะการบริหารโครงสร้างเงินทุนให้เหมาะสม รวมทั้งการ

ดำเนินงานในมิติอื่น ๆ ได้แก่ การบริหารสภาพคล่อง การทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มยอดขาย การหาหนทางสร้างรายได้จากแหล่งอื่น ๆ และการปรับปรุงการจัดการการดำเนินงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร นอกจากนี้ นักลงทุนทั้งรายย่อยและสถาบันยังสามารถใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยเรื่องนี้ได้โดยพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดความสามารถในการทำกำไรเพื่อตัดสินใจลงทุนให้หุ้นสามัญ หรือหุ้นกู้ของกิจการในธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยควรเน้นลงทุนในกิจการขนาดใหญ่ที่มีหนี้สินระยะสั้นน้อย มีสัดส่วนรายได้อื่น ๆ นอกเหนือจากรายได้จากบริการหลักในสัดส่วนที่สูง มีสภาพคล่องสูง มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่ำ และมีการเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำเอาผลการวิจัยเรื่องนี้ไปใช้ในการบริหารปัจจัยการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อให้เอื้อต่อการยกระดับความสามารถในการทำกำไรของกิจการ โดยที่สำคัญคือ การบริหารโครงสร้างเงินทุนมิให้มีหนี้สินมากเกินไป โดยเฉพาะหนี้สินระยะสั้น รวมทั้งการเพิ่มรายได้จากแหล่งอื่น ๆ ที่มีใช้บริการหลักของกิจการให้มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยเรื่องนี้ยังมีข้อจำกัดที่ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมหลายประการเพื่อให้นักวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยที่น่าสนใจ ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรและปริมาณหนี้ระยะยาวในช่วงเวลาที่ผ่านมา (Lagged Period) เพื่อศึกษาว่าการก่อหนี้ระยะยาวจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรล่าช้าจริงหรือไม่ ล่าช้าเพียงใด และความสัมพันธ์เป็นอย่างไร เพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลของปริมาณหนี้สินระยะยาวที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังอาจทำการศึกษาเพิ่มเติมโดยการวิเคราะห์อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรอื่น ๆ เช่น กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ (Earnings before Interest and Taxes: EBIT) หรือกำไรสุทธิจากการดำเนินงานหลังหักภาษี (Net Operating Profit after Taxes: NOPAT) เป็นต้น และการวิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างตัวแปรหุ้นของช่วงเวลาที่เกิด COVID-19 และตัวแปรหนี้สิน ตลอดจนตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ เพื่อให้ผลกระทบของการเกิดเหตุการณ์ COVID-19 ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทร้านอาหารในประเทศไทยมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

Chansarn, S., & Chansarn, T. (2016). Earnings management and dividend policy of small and medium enterprises in Thailand. *International Journal of Business and Society*, 17(2), 307-328.

Corporate Finance Institute [CFI]. (2024). *Debt financing*. Retrieved from <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/commercial-lending/debt-financing/>

Department of Business Development [DBD]. (2024). *DBD datawarehouse+*. Retrieved from <https://datawarehouse.dbd.go.th/index> [in Thai]

- Endri, E., Kartika, A., Budiasih, Y., & Yuliantini, T. (2020). Determinants of profit growth in food and beverage companies in Indonesia. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(12), 739-748.
- Fareed, Z., Ali, Z., Shahzad, F., Nazir, M. I., & Ullah, A. (2016). Determinants of profitability: Evidence from power and energy sector. *Studia Universitatis Babes-Bolyai Oeconomica*, 61(3), 59-78.
- Frank, M. Z., & Goyal, V. K. (2007). *Trade-off and pecking order theories of debt*. Retrieved from [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=670543](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=670543)
- Gharaibeh, O. K., & Khaled, M. H. B. (2020). Determinants of profitability in Jordanian services companies. *Investment Management and Financial Innovations*, 17(1), 277-290.
- Government Saving Bank [GSB]. (2023). *Restaurant business*. Retrieved from [https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2023/01/IN\\_restaurant\\_01\\_66\\_inter-2.pdf](https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2023/01/IN_restaurant_01_66_inter-2.pdf) **[in Thai]**
- Hanumas, N., & Attavanich, W. (2020, July 9-10). Factors affecting profitability of restaurant service business group in Bangkok. In *The 12th NPRU National Academic Conference* (pp. 1875-1889). Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom. **[in Thai]**
- Hossain, T. (2020). Determinants of profitability: A study on manufacturing companies listed on the Dhaka Stock Exchange. *Asian Economic and Financial Review*, 10(12), 1496-1508.
- Ifeduni, A. S., & Charles, O. (2018). The determinants of profitability of manufacturing firms in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(4), 479-493.
- Kraus, A., & Litzenberger, R. H. (1973). A State-preference model of optimal financial leverage. *Journal of Finance*, 33, 911-922.
- Lan, T. N., & Nguyen, C. (2020). The determinants of profitability in listed enterprises: A study from Vietnamese Stock Exchange. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(1), 47-58.
- M'ng, J. C. P., Rahman, M., & Sannacy, S. (2017). The determinants of capital structure: Evidence from public listed companies in Malaysia, Singapore and Thailand. *Cogent Economics & Finance*, 5(1), 1-34.

- Mun, S. G., & Jang, S. (2018). Restaurant operating expenses and their effects on profitability enhancement. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 68-76.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.
- Nazir, A., Azam, M., & Khalid, M. S. (2021). Debt financing and firm performance: Empirical evidence from the Pakistan Stock Exchange. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(3), 324-334.
- Obstad, L., Idso, J., & Valenta, R. (2022). The dynamics of the profitability and growth of restaurants: The case of Norway. *Economies*, 10(53), 1-12.
- Pojanavatee, S. (2024). Impact of debt levels on savings cooperatives' profitability. *BU Academic Review*, 23(2), 121-133. [in Thai]
- Rehman, M. Z., Khan, M. N., & Khokhar, I. (2014). Select financial ratios as a determinant of profitability evidence from petrochemical industry in Saudi Arabia. *European Journal of Business and Management*, 6(6), 187-196.
- Smathanares, B., & Imprasert, K. (2024). Business models that affecting competitive advantage strategy of small and medium enterprise of restaurants in Nonthaburi Province. *Hatyai Academic Journal*, 22(2), 232-249. [in Thai]
- Ting, D. (2023). Study on the influencing factors of the profitability of a-share listed catering companies based on DuPont analysis. *Pacific International Journal*, 6(2), 156-162.
- Trade Policy and Strategy Office [TPSO]. (2023). *Situation of food and beverage services in Thailand*. Retrieved from <https://tpso.go.th/news/2309-0000000226> [in Thai]
- Waenkaeo, K., & Waroonkun, S. (2022). The Relationship among ownership structure, good corporate governance on dividend persistent of listed companies in Stock Exchange of Thailand. *Journal of Business, Innovation and Sustainability*, 18(4), 54-77.
- Wijaya, L. I., Harjono, J. A., & Mahadwartha, P. A. (2022). Determinants of profitability for manufacturing companies in Indonesia 2018-2020. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 189-198.
- Wooldridge, J. M. (2019). *Introductory econometrics: A Modern approach* (7th ed.). Singapore: Cengage Learning.

- Yodrach, W., & Yangklan, P. (2021). Relationships between financial ratio and profitability of food and beverage business group listed in the Stock Exchange of Thailand. *Sripatum Chonburi Academic Journal*, 18(2), 114-126. [in Thai]
- Yoon, E., & Jang, S. (2005). The effect of financial leverage on profitability and risk of restaurant firms. *Journal of Hospitality Financial Management*, 3(1), 35-47.
- Zhang, J., Hu, J., & Luo, Q. (2020, October 23-25). *Debt effects on profitability*. In *The 2nd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2020)* (pp. 370-375). Chengdu, China. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201128.077>

## ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

### Characteristics and Presentation Format of Fashion Branded Content Marketing on Social Media Influencing the Consumers' Response Process

ชญัญภัทร อัมพันสุขโข<sup>1\*</sup>

Shanyapat Amphansookko<sup>1\*</sup>

Received: 21 August 2023

Revised: 25 January 2024

Accepted: 30 January 2024

#### Abstract

This research aims to study 1) the consumers' attention levels on characteristics and presentation format of fashion fashion-branded content marketing through social media, 2) the consumers' response process levels from viewing the content marketing through social media, and 3) the characteristics and presentation patterns of the content marketing on social media influencing the consumers' response process. The participants consisted of 385 Generation Y consumers aged between 26 to 42 years. The instrument for collecting data was an online questionnaire with the index of item objective congruence over 0.50 and total reliability of 0.899. Statistics used for data analysis were mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The research revealed that 1) the consumers' attention levels were high as the most attentive characteristic and presentation format was emotional/entertaining contents in a video format, 2) the consumers' response process levels were high as the most responsive step was a purchase, and 3) the characteristics of fashion fashion-branded content marketing in terms of inspirational content ( $\beta = 0.258$ ), conceptual content ( $\beta = 0.159$ ), troubleshooting content ( $\beta = 0.138$ ), and advisable content ( $\beta = 0.116$ ) represented significantly positive impact on consumers' response process in order of importance from most to least. Moreover,

<sup>1</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

<sup>1</sup> Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

\* ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: shanyapat.amp@hotmail.com)

the presentation format in terms of infographics ( $\beta = 0.335$ ), videos ( $\beta = 0.271$ ), and texts ( $\beta = 0.205$ ) had a significantly positive impact on consumers' response processes in order of influence from most to least. Benefits from this research can be used as information for fashion brand owners to use in planning their marketing communication strategies and the development of a characteristic and presentation format of content marketing through social media in order to receive the highest response from consumers.

**Keywords:** *Content Marketing, Social Media, Response Process*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม 2) ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม และ 3) ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง 26 - 42 ปี จำนวน 385 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 และมีค่าความเชื่อมั่นรวม เท่ากับ 0.899 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความสนใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะของเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง นำเสนอในรูปแบบวิดีโอ ได้รับความสนใจสูงสุด 2) ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก โดยมีการตอบสนองในขั้นตอนการซื้อสูงสุด และ 3) ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดที่สร้างแรงบันดาลใจ ( $\beta = 0.258$ ) ให้แนวคิด ( $\beta = 0.159$ ) บอกแนวทางแก้ปัญหา ( $\beta = 0.138$ ) และให้คำแนะนำหรือความรู้ ( $\beta = 0.116$ ) มีอิทธิพลทางบวกต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ตามลำดับ ในขณะที่รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดแบบอินโฟกราฟิก ( $\beta = 0.335$ ) วิดีโอ ( $\beta = 0.271$ ) และบทความ ( $\beta = 0.205$ ) มีอิทธิพลทางบวกต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ตามลำดับ งานวิจัยนี้มีประโยชน์ คือ สามารถเป็นข้อมูลให้กับเจ้าของตราสินค้าแฟชั่นต่าง ๆ นำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และการพัฒนาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดผ่านสื่อสังคมให้ได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคสูงสุด

**คำสำคัญ:** *เนื้อหาเชิงการตลาด, สื่อสังคม, กระบวนการตอบสนอง*

## บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และก่อให้เกิดนวัตกรรมทางสังคมขึ้นที่เรียกว่า สื่อสังคม (Social Media) ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะที่สมาชิกทุกกลุ่มสังคมได้มีโอกาสสร้างสรรค์เนื้อหาจากเรื่องราวประสบการณ์ของตนเองผ่านบทความ รูปภาพ และวิดีโอ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ ส่งผลให้เกิดการแบ่งปันและเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ตี๊กตอก (TikTok) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น (Kemp, 2023) และการที่สื่อสังคมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รวดเร็วและเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารกันได้ 24 ชั่วโมง จึงทำให้เจ้าของตราสินค้าหันมาใช้สื่อสังคมเป็นสื่อในการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้า เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการจากตราสินค้าของตน (Pornsinsiruk, 2019)

ปัจจุบันสื่อสังคมได้เข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 พบว่า สื่อสังคม คือ เฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่มีการซื้อสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.76 รองลงมา คือ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 55.18 และไลน์ คิดเป็นร้อยละ 32.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาประเภทของสินค้าที่นิยมซื้อผ่านสื่อสังคมมากที่สุดเป็นสินค้าประเภทแฟชั่น คือ เสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์กีฬา และเครื่องประดับ โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 68.16 โดยกลุ่มคนที่มีการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมมากที่สุด คือ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 22 - 42 ปี หรือเรียกว่ากลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) คิดเป็นร้อยละ 88.26 รองลงมา คือ กลุ่มเจนเอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) (อายุระหว่าง 43 - 57 ปี) คิดเป็นร้อยละ 84.55 และกลุ่มเจนเอเรชันซี (Generation Z) (อายุไม่เกิน 25 ปี) คิดเป็นร้อยละ 81.53 ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มเจนเอเรชันวายยังเป็นกลุ่มคนที่มีการรับชมเนื้อหา (Content) ผ่านสื่อสังคมมากที่สุด โดยประเภทของเนื้อหาที่มีการรับชมมากที่สุด คือ วิดีโอคลิป คิดเป็นร้อยละ 49.85 รองลงมา คือ บทความ คิดเป็นร้อยละ 41.79 และการถ่ายทอดสด (Live) คิดเป็นร้อยละ 36.77 ตามลำดับ (Electronic Transactions Development Agency, 2022) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากลุ่มเจนเอเรชันวายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีการรับชมเนื้อหาและมีการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมมากที่สุด และสินค้าแฟชั่นเป็นสินค้าที่มีการซื้อผ่านสื่อสังคมมากที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ให้กับตราสินค้าในการนำไปวางแผนกลยุทธ์ การนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมให้สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

เนื้อหาเชิงการตลาด (Content Marketing) เป็นเนื้อหาที่ตราสินค้านำมาใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าในบริบทต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความถูกใจและติดตาม เกิดการจดจำตราสินค้า ไปจนถึงเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของตราสินค้า (Sabate, Berbegal-Mirabent, Cañabate, & Leberherz, 2014; Phuangrod & Thongsongyod, 2022) ปัจจุบันตราสินค้าต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดผ่านสื่อสังคมมากขึ้น โดยเมื่อพิจารณาลักษณะของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ คือ 1) เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เป็นเนื้อหาที่สื่อสารเพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบ

ต่าง ๆ 2) เนื้อหาที่ให้แนวคิด เป็นเนื้อหาที่ช่วยสร้างแนวคิดกับลูกค้าในบางอย่าง 3) เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา เป็นเนื้อหาที่แนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์กับลูกค้าที่ใช้สินค้าหรือบริการของตราสินค้านั้น 4) เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ เป็นเนื้อหาที่ให้คำแนะนำวิธีการใช้งานสินค้าหรือบริการของตราสินค้า และ 5) เนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง เป็นเนื้อหาที่สร้างอารมณ์ สนุกสนาน ตลก หรือโศกเศร้า (Brookes, 2015) สำหรับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด สามารถนำเสนอได้ใน 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) บทความ เป็นเนื้อหาเชิงการเขียน ซึ่งอาจมีเนื้อหายาว หรือเนื้อหาสั้น 2) อินโฟกราฟิก คือ การนำข้อมูลของตราสินค้ามาสรุปเป็นสารสนเทศในรูปแบบลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือเคลื่อนไหว ให้มีความเข้าใจง่าย รวดเร็ว ชัดเจน และเป็นที่น่าสนใจ และ 3) วิดีโอ เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคสามารถเห็นสินค้าหรือบริการของตราสินค้าได้หลากหลายมิติกว่ารูปแบบอื่น (Maczuga, 2014)

อย่างไรก็ตาม การที่ตราสินค้าจะสามารถประเมินประสิทธิภาพของการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดผ่านสื่อสังคมได้นั้น มีตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ การตอบสนองของผู้บริโภค ทั้งนี้ การตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมนั้น ไม่ใช่กระบวนการที่เกิดขึ้นได้ทันที แต่เป็นกระบวนการที่มีลำดับขั้นตอน เริ่มจากการรู้จัก (Awareness) ข่าวสารของตราสินค้า เมื่อผู้บริโภคเริ่มรู้จักข่าวสารของตราสินค้าแล้ว จะเกิดความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับคุณสมบัติ รูปลักษณะ และองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ของสินค้า ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า มีความชอบต่อตราสินค้านั้น (Liking) จากความชอบจะนำไปสู่ความพอใจ (Preference) เกิดความเชื่อมั่น (Conviction) และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Purchase) ซึ่งหากเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าใดได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคในทุกขั้นตอน จะถือได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดนั้นประสบความสำเร็จ (Kotler & Keller, 2016)

ปัญหาที่สำคัญของการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่น คือ สินค้าแฟชั่นจะเป็นไปตามเทรนด์ กระแสนิยม เจ้าของตราสินค้าจึงต้องหมั่นคอยอัปเดตเทรนด์ในการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าให้เป็นไปตามเทรนด์ ทันสมัยตลอดเวลา โดยการจัดเตรียมเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ สอดรับกับแนวโน้มกระแสนิยมของผู้บริโภค (Charungpokakorn, 2017) ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมในปัจจุบันว่าอยู่ในระดับใด เป็นไปในทิศทางใด และส่งผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคหรือไม่ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าให้สามารถตอบสนองตามความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นบทความวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค โดยเลือกศึกษาในกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการรับชมเนื้อหาและมีการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมมากที่สุด ทั้งนี้

เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับเจ้าของตราสินค้าสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารทางการตลาด การพัฒนาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด และการจัดสรรงบประมาณในการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม
2. ศึกษาระดับการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม
3. ศึกษาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 1. สินค้าแฟชั่น

คำว่า “แฟชั่น” คือ ภาพสะท้อนตัวตนของบุคคลในรูปแบบของสัญญาณ สุนทรียะ และความหมายทางวัฒนธรรมผ่านข้าวของเครื่องใช้เพื่อบ่งบอกรสนิยมทางการบริโภค วิถีชีวิต สถานะทางสังคม และความสัมพันธ์ต่อชุมชน (Pan, Roedel, Blevis, & Thomas, 2015) แฟชั่นจึงเป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามกระแสนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเป็นสิ่งที่คนจำนวนมากให้ความสนใจในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ แฟชั่นสามารถเป็นได้ทั้งรูปแบบการแต่งกายหรือที่เราเรียกว่า สไตล์ (Style) และสินค้า (Product) และเป็นเครื่องสะท้อนตัวตนของบุคคลได้อีกด้วย ดังนั้นสินค้าแฟชั่นจึงเป็นได้ทั้งเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เข็มขัด นาฬิกา แว่นตา สร้อย ต่างหู แหวน เป็นต้น ที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลาหนึ่งของคนส่วนใหญ่ในสังคม (Khanaruksombut, 2021)

#### 2. เนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้า

เนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้า เป็นเนื้อหาที่ตราสินค้าผลิตขึ้นและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นลูกค้าในอนาคต (Gunelius, 2011) เพื่อให้เกิดความถูกใจและติดตาม จดจำตราสินค้าไปจนถึงเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของตราสินค้า (Sabate et al., 2014) เนื้อหาเชิงการตลาดที่ดีต้องเป็นเนื้อหาที่เพลิดเพลิน ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีคุณภาพ มีความจริงใจ โดยเมื่อผู้อ่านเนื้อหานั้น ๆ จะต้องไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการบังคับ ยัดเยียด หรือนำพาไปสู่ผลประโยชน์อันใดอันหนึ่งโดยตรง ทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนว่าโดนหลอกให้รับชม และเนื้อหาต้องมีคุณค่า (Panuchinda, 2019)

## 2.1 ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม

ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม โดยทั่วไปมี 5 ลักษณะ คือ เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เนื้อหาที่ให้แนวคิด เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ และเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง (Brookes, 2015) ดังนี้ 1) เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เป็นเนื้อหาที่ผู้ผลิตมุ่งเน้นในการสื่อสารเพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศ ทุกวัย ในวงกว้าง ซึ่งอาจนำเสนอในรูปแบบรูปภาพหรือข้อความที่โดนใจลูกค้า ข้อความที่สร้างพลังให้กับลูกค้า (Rodkasikum, 2015) 2) เนื้อหาให้แนวคิด เป็นเนื้อหาที่ช่วยสร้างแนวคิดให้กับลูกค้าในบางอย่าง โดยการนำเสนอตัวอย่างดี ๆ เช่น บริษัทรับจัดงานแต่ง มีการรวบรวมแนวคิด (Theme) งานแต่งงานเพื่อให้ลูกค้าใช้ในการออกแบบงานแต่งของตนเอง เป็นต้น (Khanaruksombut, 2021) 3) เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหาเป็นเนื้อหาที่ทางผู้ผลิตหรือองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์แนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์กับลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นปัญหาที่ลูกค้าประสบจริงหรือปัญหาที่กำลังอยู่ในกระแสสังคม เพื่อให้ลูกค้าและผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้แชร์และเผยแพร่ (Ryan, 2014) 4) เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ เป็นเนื้อหาที่ให้คำแนะนำวิธีการใช้งานสินค้า ความรู้ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่กำลังเป็นกระแส หรือกำลังอยู่ในความสนใจของลูกค้า เพื่อให้เกิดการแชร์และบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนบนสื่อสังคมออนไลน์ (Maczuga, 2014) และ 5) เนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง เป็นเนื้อหาสร้างอารมณ์ สนุกสนาน ตลก หรือโศกเศร้า (Rodkasikum, 2015)

ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม ส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของผู้บริโภค โดยเนื้อหาในลักษณะต่าง ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นภายนอกที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการสินค้าหรือบริการ เมื่อเนื้อหาเหล่านี้ผ่านการรับรู้หรือกลไกของผู้บริโภค จะทำให้มีการตอบสนอง เกิดขึ้น ซึ่งอาจมีหลายระดับตั้งแต่การเกิดการจดจำถึงสินค้าของตราสินค้านั้น การระลึกถึงตราสินค้านั้น เป็นลำดับต้น ๆ จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าของตราสินค้านั้นได้ (Vidyanata, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ดังการศึกษาของ Cvijikj and Michahelles (2013) ได้ศึกษาข้อมูล เชิงลึกเพื่อเป็นประโยชน์แก่การปฏิบัติงานที่ต้องใช้สื่อสังคมเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในแง่ของลักษณะของเนื้อหาที่สื่อสารโดยตราสินค้า ในบริบทของตราสินค้าอาหารและ เครื่องดื่มระหว่างประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของเนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ และเนื้อหา ที่ให้แนวคิด ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค การศึกษาของ Woracharatrangsi and Kleechaya (2013) ได้ศึกษาลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ความพอใจ ในเนื้อหาทุกลักษณะ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ และการศึกษาของ Unpattanasin (2018) ได้ศึกษา ลักษณะของเนื้อหาบนเฟซบุ๊กที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางการตัดสินใจของวัยรุ่นไทย พบว่า ลักษณะของเนื้อหาบน เฟซบุ๊กมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของวัยรุ่นไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 2.2 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคม

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมโดยทั่วไปมี 3 รูปแบบ คือ บทความ วิดีโอ และอินโฟกราฟิก (Maczuga, 2014) ดังนี้ 1) บทความ เป็นการนำเสนอข้อความตัวอักษรต่าง ๆ ซึ่งเป็นได้ทั้งเนื้อหาที่มีความยาว (Long Form) หรือแบบสั้น (Short Form) (Khanaruksombut, 2021) 2) อินโฟกราฟิก เป็นการเล่าเรื่องหรืออธิบายข้อมูล (Information) หรือบทความที่มีรายละเอียดจำนวนมาก ๆ เช่น สถิติ ตัวเลข ข่าวสาร ความรู้ หรือบทความที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจได้ยาก มาสร้างเป็นภาพ (Graphic) ในการสื่อสาร ไม่ว่าจะในรูปแบบของกราฟ แผนภูมิ แผนผัง สัญลักษณ์ โดยข้อมูลจะถูกย่อให้เข้าใจได้ง่ายมากขึ้น ทั้งยังมีการออกแบบสี รูปแบบ ลูกเล่น ภาพประกอบ ให้สวยงามดึงดูดผู้อ่านได้ด้วยกราฟิกให้ดูน่าสนใจ เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ (Ryan, 2014) และ 3) วิดีโอ ในปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สืบเนื่องจากตัววิดีโอสามารถเล่าเรื่องได้มาก ไม่ว่าจะ เป็นภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง ส่งผลให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ได้มากกว่าภาพธรรมดา (Rodkasikum, 2015)

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคม ส่งผลกระทบทางตรงต่อการตอบสนองของผู้บริโภค เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดในแต่ละรูปแบบสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้หยุดหันมามองและอยากเข้าชมเนื้อหานั้น ๆ และอาจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าได้ (Vidyanata, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค ดังการศึกษาของ Pornsinsirik (2019) ได้ศึกษาการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดออกกำลังกายของกลุ่มลูกค้าผู้หญิงตราสินค้า Dharma Bums ในประเทศไทย พบว่า รูปแบบการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดออกกำลังกายของกลุ่มลูกค้าผู้หญิงตราสินค้า Dharma Bums ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการศึกษาของ Panuchinda (2019) ได้ศึกษากลยุทธ์เนื้อหาเชิงการตลาดผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้ใช้งานกลุ่มสูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด ส่งผลทางบวกต่อกระบวนการตอบสนองของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยรูปแบบที่ส่งผลมากที่สุด คือ รูปภาพที่มีข้อความหรืออินโฟกราฟิก รองลงมาคือ ข้อความ และคลิปวิดีโอ ตามลำดับ

### 3. กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

การตอบสนอง เป็นปฏิกิริยาที่ผู้รับข่าวสารแสดงออกมาหลังจากรับข่าวสารแล้ว เช่น พฤติกรรมการซื้อ เนื่องจากการซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขายของผู้บริโภค ไม่ได้เกิดขึ้นทันที แต่พฤติกรรมการซื้อเป็นผลบั้นปลายในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้สื่อสารการตลาดต้องรู้ว่าจะมีวิธีการอย่างไรให้สภาพความพร้อมที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของกลุ่มเป้าหมายเคลื่อนเข้าสู่ระดับที่สูงขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งขั้นสุดท้าย คือ การตัดสินใจซื้อ (Antoniadis, Paltsoğlu, & Patoulidis, 2019)

แบบจำลองเอส-โอ-อาร์ (Stimulus-Organism-Response Model: S-O-R Model) ถูกพัฒนาขึ้นโดยเมอร์ราเบียนและรัสเซล (Mehrabian and Russell) เมื่อปี ค.ศ. 1974 โดยพัฒนาขึ้นมาในสาขาวิชา

ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และถูกนำมาใช้สำหรับอธิบายถึงการตอบสนองของผู้บริโภคจนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดพื้นฐานที่ว่าผู้บริโภคแต่ละคนจะทำหน้าที่คล้ายตัวประมวลผลข้อมูล และพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากตัวแปรต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อม แบบจำลองประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ตัวกระตุ้น (Stimulus) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ผู้บริโภคพบในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นภายนอกให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการ เช่น เนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้า เป็นต้น 2) กลไก (Organism) หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งที่มากระตุ้น เช่น ระดับความสนใจที่มากขึ้นหรือลดลง เป็นต้น และ 3) การตอบสนอง (Response) หมายถึง การตอบสนองเมื่อได้รับตัวกระตุ้นและผ่านกลไก ซึ่งเป็นไปตามลำดับขั้นตอน เช่น เริ่มจากการรู้จักตราสินค้าไปจนถึงการตัดสินใจซื้อ (Vidyanata, 2022)

กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคเป็นลำดับขั้นตอนของการแสดงปฏิกิริยาของผู้บริโภค หลังจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของตราสินค้า ซึ่งสามารถอธิบายโดยใช้ตัวแบบลำดับขั้นตอนของการตอบสนอง (Response Hierarchy Models) ดังนี้ 1) การรู้จัก (Awareness) ผู้บริโภคเริ่มรู้จักสินค้า และจดจำตราสินค้าได้ ผู้บริโภครู้จักตราสินค้าจากประสบการณ์ หรือจากการแนะนำจากบุคคลอื่น หากผู้บริโภคมีประสบการณ์เดิมกับตราสินค้า จะมีแนวโน้มในการจดจำตราสินค้านั้นได้ 2) การเกิดความรู้ (Knowledge) ผู้บริโภคเริ่มเกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติ รูปลักษณะ และองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ของสินค้า แต่ยังมีข้อมูลที่ไม่มากพอในขั้นนี้จึงต้องทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพิ่มเติม โดยการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้ามาสื่อสารกับผู้บริโภค 3) ความชอบ (Liking) เมื่อผู้บริโภครู้จักสินค้าดีแล้ว จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าและมีความชอบต่อตราสินค้านั้น แต่หากผู้บริโภครู้สึกไม่ชอบ ต้องค้นหาคำตอบว่าเป็นเพราะเหตุใด ถ้าความไม่ชอบมีผลมาจากตัวสินค้า การสื่อสารเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ต้องแก้ไขปัญหาคำตอบของสินค้านั้นก่อน แล้วค่อยทำการสื่อสารไปหาผู้บริโภคอีกครั้ง 4) ความพอใจ (Preference) ผู้บริโภครู้สึกพอใจในตราสินค้าที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาเหนือตราสินค้าอื่น ในขั้นนี้ผู้ส่งข่าวสารต้องจงใจให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจ โดยชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นของตราสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง 5) ความเชื่อมั่น (Conviction) ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตราสินค้าที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาว่าควรซื้อตราสินค้านั้นมากกว่าตราสินค้าอื่น แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ ผู้ทำหน้าที่สื่อสารต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคว่าสินค้านั้นเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด และ 6) การซื้อ (Purchase) ผู้บริโภคเกิดการซื้อ ซึ่งถือว่าการตอบสนองได้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ (Kotler & Keller, 2016)

#### 4. สื่อสังคม

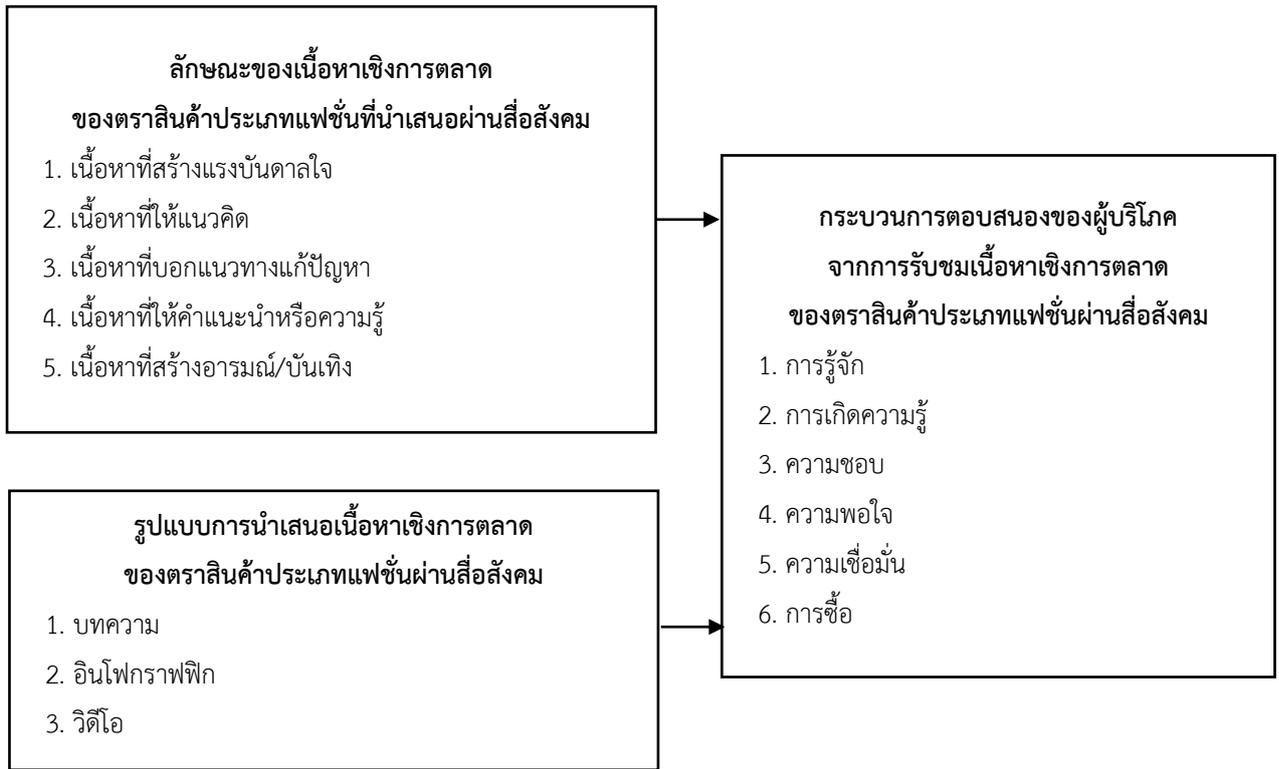
สื่อสังคม (Social Media) หมายถึง สังคมที่มีการสื่อสารเกิดการเชื่อมโยงข้อมูลที่ส่งออกไประหว่างกลุ่มคนที่ปรากฏขึ้นบนอินเทอร์เน็ต และทำการแบ่งปันความคิดเห็น ความรู้สึก และประสบการณ์ต่าง ๆ โดยสื่อสารตอบโต้ระหว่างกันและกันแบบ 2 ทาง (Ryan, 2014) โดยสื่อสังคมที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีดังนี้ 1) เฟซบุ๊ก (Facebook) มีข้อดีในการเชื่อมต่อบุคคลหลาย ๆ คนเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่สามารถร่วมแบ่งปันประสบการณ์ต่าง ๆ ให้กับเพื่อนในเครือข่ายได้ 2) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นสื่อสังคมที่ช่วยกระตุ้นความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี เพราะด้วยข้อความสั้น ๆ 280 ตัวอักษร

ที่สามารถใส่ URL ลงไปให้สามารถค้นหาข้อมูลต่อไปได้ 3) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมที่เน้นการอัปโหลดรูปภาพเป็นหลัก 4) ยูทูบ (YouTube) เป็นสื่อสังคมที่เน้นการเปิดโอกาสให้ผู้ได้อัปโหลดคลิปวิดีโอต่าง ๆ ทั้งคลิปตลก ข่าวสารการเมือง ดนตรี สุขภาพ รีวิวสินค้า ฯลฯ และ 5) ตี๊กตอก (TikTok) เป็นสื่อสังคมที่ให้บริการประเภทไมโครบล็อกกิ้ง (Micro-blogging) ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาวิดีโอสั้น ๆ เช่น การแสดงทักษะหรือทำเต้น การแสดงมุขตลก เป็นต้น (Kemp, 2023)

ข้อดีของการใช้สื่อสังคมในการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้า คือ สื่อสังคมสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็วและตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ รวมถึงเรื่องของการประหยัดค่าใช้จ่ายที่แทบไม่ต้องใช้งบประมาณมากกับการใช้สื่อสังคมขั้นพื้นฐาน นอกจากนี้สื่อสังคมยังเป็นสื่อที่มีอิทธิพลที่สำคัญต่อการทำการตลาด เพราะปัจจุบันการบอกต่อถือว่าการตลาดที่สำคัญ การบอกต่อ (Word of Mouth) ที่รวดเร็วทันที ช่วยให้เนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่เป็นที่สนใจกระจายออกไปได้รวดเร็วขึ้น เช่น ตราสินค้าอาจนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดผ่านโทรทัศน์ แต่พอมือคนชอบก็เอาไปโพสต์ลงสื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ จนกลายเป็นกระแสที่พูดถึง ส่งผลให้เนื้อหานั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น (Ryan, 2014)

### กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค โดยศึกษาลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดจากแนวคิดของ Brookes (2015) ประกอบด้วย เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เนื้อหาที่ให้แนวคิด เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ และเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง ศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด จากแนวคิดของ Maczuga (2014) ประกอบด้วย บทความ อินโฟกราฟฟิก และวิดีโอ และศึกษากระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคตามตัวแบบลำดับขั้นของการตอบสนอง (Response Hierarchy Models) จากแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ประกอบด้วย การรู้จัก การเกิดความรู้ ความชอบ ความพอใจ ความเชื่อมั่น และการซื้อ ตามลำดับ ตลอดจนผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่นำเสนอในการทบทวนวรรณกรรม จึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย  
 ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรมโดยผู้วิจัย

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวาย ที่มีอายุระหว่าง 26 - 42 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อหรือมีความสามารถในการจับจ่ายใช้สอย และมีการใช้งานสื่อสังคมมากที่สุด (Electronic Transactions Development Agency, 2022) และมีบัญชีของแพลตฟอร์มสื่อสังคม (Registered Account) อย่างน้อย 1 แพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็นบัญชีเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ไลน์ ยูทูป ดิจิตอล หรืออื่น ๆ โดยมีการใช้งานบัญชีดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (Active Users) และเคยรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านบัญชีดังกล่าว ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ได้จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยเรียงลำดับ 2 ขั้นตอน คือ การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และมีการกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการไว้ล่วงหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเจนเอเรชันวายที่มีการใช้งานสื่อสังคม

และมีการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม หลังจากนั้นจะสุ่มตัวอย่างแต่ละคนที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดด้วยการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

### เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้ 1) ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Brookes (2015) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เนื้อหาที่ให้แนวคิด เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ และเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง 2) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Maczuga (2014) จำนวน 12 ข้อ จาก 3 ด้าน ประกอบด้วย บทความ อินโฟกราฟฟิก และวิดีโอ และ 3) กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) จำนวน 18 ข้อ จาก 5 ด้าน ประกอบด้วย การรู้จัก การเกิดความรู้ ความชอบ ความพอใจ ความเชื่อมั่น และการซื้อ แบบสอบถามทุกส่วนมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามระดับความสนใจหรือการตอบสนองของผู้บริโภค ตั้งแต่ระดับความสนใจ/การตอบสนองมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดค่าคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ แบบสอบถามทุกส่วนมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50 และมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) มากกว่า 0.70 โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เท่ากับ 0.844, 0.897 และ 0.955 ตามลำดับ แสดงว่าแบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ (Wanichbuncha, 2018)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์ระดับความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม และการวิเคราะห์ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ของ Wanichbuncha (2018) ดังนี้ ระดับความสนใจ/การตอบสนอง ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คือ น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คือ น้อย ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คือ ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คือ มาก และค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คือ มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) นำตัวแปรเข้าสู่สมการถดถอยด้วยวิธี Enter ทั้งนี้ ก่อนนำตัวแปรเข้าสู่สมการถดถอยมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ของเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) โดยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเท่ากับ 0.41 - 0.71 แสดงให้เห็นว่า ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากมีค่าไม่เกิน 0.80 (Wanichbuncha, 2018) จึงสามารถนำตัวแปรอิสระไปใช้พยากรณ์กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคได้

**ผลการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.90 มีอายุอยู่ระหว่าง 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.92 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.03 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 75.32 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.65 และประเภทของตราสินค้าแฟชั่นที่มีการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดผ่านสื่อสังคมมากที่สุด คือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 40.52 ส่วนผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ปรากฏผลดังนี้

**1. ระดับความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม**

**1.1 ระดับความสนใจต่อลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาด**

ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม โดยภาพรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) โดยลักษณะของเนื้อหาที่ให้ความสนใจในระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง ( $\bar{X} = 4.27$ ) และเนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ ( $\bar{X} = 4.26$ ) ตามลำดับ ส่วนลักษณะของเนื้อหาที่ให้ความสนใจในระดับมาก คือ เนื้อหาที่ให้แนวคิด ( $\bar{X} = 4.19$ ) เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ ( $\bar{X} = 4.13$ ) และเนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา ( $\bar{X} = 4.13$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

**1.2 ระดับความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด**

ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม โดยภาพรวมและรายด้านในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ ) เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด คือ วิดีโอ ( $\bar{X} = 4.37$ ) บทความ ( $\bar{X} = 4.33$ ) และอินโฟกราฟฟิก ( $\bar{X} = 4.26$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ระดับความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม

ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสนใจ
<b>ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาด</b>			
1. เนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง	4.27	0.89	มากที่สุด
2. เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้	4.26	0.89	มากที่สุด
3. เนื้อหาที่ให้แนวคิด	4.19	0.78	มาก

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด ของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสนใจ
4. เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ	4.13	0.80	มาก
5. เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา	4.13	0.82	มาก
รวม	4.20	0.66	มาก
รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด			
1. วิดีโอ (Video)	4.37	0.60	มากที่สุด
2. บทความ (Text)	4.33	0.58	มากที่สุด
3. อินโฟกราฟฟิก (Infographic)	4.26	0.62	มากที่สุด
รวม	4.32	0.54	มากที่สุด

## 2. ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม

ผู้บริโภคมีการตอบสนองจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายขั้นตอน พบว่า ผู้บริโภคมีการตอบสนองในขั้นตอนการซื้อ ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ) ส่วนการตอบสนองในขั้นตอนอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้ การรู้จัก ( $\bar{X} = 4.20$ ) ความชอบ ( $\bar{X} = 4.16$ ) ความพอใจ ( $\bar{X} = 4.16$ ) การเกิดความรู้ ( $\bar{X} = 4.13$ ) และความเชื่อมั่น ( $\bar{X} = 4.06$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

## ตารางที่ 2 ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม

กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหา เชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การตอบสนอง	อันดับ
- การซื้อ (Purchase)	4.22	0.62	มากที่สุด	1
- การรู้จัก (Awareness)	4.20	0.63	มาก	2
- ความพอใจ (Preference)	4.16	0.64	มาก	3
- ความชอบ (Liking)	4.16	0.70	มาก	4
- การเกิดความรู้ (Knowledge)	4.13	0.63	มาก	5
- ความเชื่อมั่น (Conviction)	4.06	0.74	มาก	6
รวม	4.16	0.54	มาก	

### 3. ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

บทความวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของชุดตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะ และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมแยกจากกัน โดยไม่วิเคราะห์รวมกันในครั้งเดียว เนื่องจากต้องการเปรียบเทียบให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเนื้อหาเชิงการตลาดลักษณะแบบใด หรือการนำเสนอในรูปแบบใดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค และตัวแปรในแต่ละชุดเหล่านั้นมีระดับอิทธิพลมากน้อยแค่ไหน ซึ่งพิจารณาจากค่าน้ำหนักมาตรฐานหรือค่าเบต้า ( $\beta$ ) ถึงแม้การวิเคราะห์ตัวแปรอิสระรวมกันครั้งเดียวอาจแยกพิจารณาถึงผลของการมีอิทธิพลได้ แต่จะมีผลต่อค่าน้ำหนักมาตรฐานของการพยากรณ์ที่คลาดเคลื่อนไป เนื่องจากต้องใช้ตัวแปรอิสระทุกตัวมาทำการปรับค่า (Standardize) และจากการได้ทดลองวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้ตัวแปรอิสระทุกตัวรวมกัน พบว่า ให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความแปรปรวนเป็นอย่างมาก จึงได้วิเคราะห์ข้อมูลแยกจากกัน ซึ่งปรากฏผลดังนี้

#### 3.1 อิทธิพลของลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาด

ก่อนนำตัวแปรลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมเข้าสู่สมการถดถอย มีการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปร คือ เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ ( $X_1$ ) เนื้อหาที่ให้แนวคิด ( $X_2$ ) เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา ( $X_3$ ) เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ ( $X_4$ ) และเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง ( $X_5$ ) มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับตัวแปรตาม คือ กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ( $Y$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.421 - 0.525 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระ พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.413 - 0.570 ซึ่งไม่เกิน 0.80 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Wanichbuncha, 2018) สามารถใช้พยากรณ์กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคได้ ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม ( $X$ ) กับกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ( $Y$ )

ตัวแปร	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$	$Y$
$X_1$	-	0.565**	0.569**	0.501**	0.544**	0.525**
$X_2$		-	0.490**	0.529**	0.570**	0.476**
$X_3$			-	0.548**	0.413**	0.457**
$X_4$				-	0.511**	0.443**
$X_5$					-	0.421**
$Y$						-

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หลังจากผ่านการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นแล้ว จึงนำตัวแปรเข้าสู่สมการถดถอยด้วยวิธี Enter เพื่อทดสอบลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแพชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค พบว่า ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 มีจำนวน 4 เนื้อหา คือ เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ ( $\beta = 0.258$ ) เนื้อหาที่ให้แนวคิด ( $\beta = 0.159$ ) เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา ( $\beta = 0.138$ ) และเนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ ( $\beta = 0.116$ ) ตามลำดับ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคให้ความสนใจต่อเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เนื้อหาที่ให้แนวคิด เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา และเนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้ เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 0.172, 0.110, 0.091 และ 0.070 ระดับ ตามลำดับ ส่วนเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค โดยตัวแปรลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแพชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมสามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคได้ร้อยละ 35.70 ( $R^2 = 0.357$ ) ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแพชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้า ประเภทแพชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม	กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค				
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.119	0.144		14.702**	0.000
- เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ	0.172	0.038	0.258	4.515**	0.000
- เนื้อหาที่ให้แนวคิด	0.110	0.039	0.159	2.821**	0.005
- เนื้อหาที่บอกแนวทางแก้ปัญหา	0.091	0.036	0.138	2.542*	0.011
- เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้	0.070	0.033	0.116	2.120*	0.035
- เนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง	0.045	0.033	0.074	1.357	0.175

$R^2 = 0.357$ , Adjusted  $R^2 = 0.348$ ,  $F = 42.060^{***}$ , Sig. = 0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### 3.2 อิทธิพลของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด

ก่อนนำตัวแปรรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแพชั่นผ่านสื่อสังคมเข้าสู่สมการถดถอย มีการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปร คือ บทความ ( $X_1$ ) อินโฟกราฟฟิก ( $X_2$ ) และวิดีโอ ( $X_3$ ) มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับตัวแปรตาม คือ กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ( $Y$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.619 – 0.668 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระ พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.678 - 0.707 ซึ่งไม่

เกิน 0.80 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Wanichbuncha, 2018) สามารถใช้พยากรณ์กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคได้ ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคม (X) กับกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค (Y)

ตัวแปร	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	Y
X <sub>1</sub>	-	0.687**	0.678**	0.619**
X <sub>2</sub>		-	0.707**	0.668**
X <sub>3</sub>			-	0.647**
Y				-

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หลังจากผ่านการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นแล้ว จึงนำตัวแปรเข้าสู่สมการถดถอยด้วยวิธี Enter เพื่อทดสอบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดในทุกรูปแบบ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เรียงตามลำดับรูปแบบที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ อินโฟกราฟฟิก ( $\beta = 0.335$ ) วิดีโอ ( $\beta = 0.271$ ) และบทความ ( $\beta = 0.205$ ) ตามลำดับ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคให้ความสนใจต่ออินโฟกราฟฟิก วิดีโอ และบทความ เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค เพิ่มขึ้น 0.290, 0.245 และ 0.191 ระดับ ตามลำดับ โดยตัวแปรรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม สามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค (Y) ได้ร้อยละ 52.60 ( $R^2 = 0.526$ ) ดังตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม	กระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค				
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.017	0.157		6.496**	0.000
- บทความ	0.191	0.049	0.205	3.920**	0.000
- อินโฟกราฟฟิก	0.290	0.047	0.335	6.148**	0.000
- วิดีโอ	0.245	0.049	0.271	5.043**	0.000

$R^2 = 0.526$ , Adjusted  $R^2 = 0.522$ ,  $F = 140.917$ \*\*\*, Sig. = 0.000

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## อภิปรายผลการวิจัย

### 1. ระดับความสนใจของผู้บริโภคต่อลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม

#### 1.1 ระดับความสนใจต่อลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาด

ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมในระดับมาก อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เป็นกลุ่มเจนเอเรชันวายซึ่งมีพฤติกรรมที่เด่นชัดคือ การติดสื่อสังคมออนไลน์ ดังจะเห็นได้จากจะมีการโพสต์รูป การแสดงความคิดเห็นตามแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งการที่ตราสินค้าประเภทแฟชั่นได้นำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดในลักษณะต่าง ๆ ผ่านช่องทางสื่อสังคม จึงสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 พบว่า กลุ่มเจนเอเรชันวายเป็นกลุ่มคนที่มีการรับชมเนื้อหาผ่านสื่อสังคมมากที่สุด (Electronic Transactions Development Agency, 2022) เมื่อพิจารณาความสนใจแยกตามแต่ละลักษณะ พบว่า ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสนใจสูงกว่าเนื้อหาลักษณะอื่น ๆ คือ เนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิง เช่น เนื้อหาที่มีความความตลกหรือมีความสนุกสนานจะทำให้ผู้บริโภคเปิดรับและซึมซับเนื้อหาเหล่านั้นได้ง่าย จึงสามารถสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี (Rodkasikum, 2015) ประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหลีกเลี่ยงจากความเครียด หรือจากความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในชีวิต จึงให้ความสนใจต่อเนื้อหาที่สร้างอารมณ์/บันเทิงมากเป็นพิเศษ สอดคล้องกับการศึกษาของ Charoonpaisal (2022) พบว่า ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันติดต่อกที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุด คือ เนื้อหาที่ให้ความบันเทิง

#### 1.2 ระดับความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด

ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมในระดับมาก โดยรูปแบบการนำเสนอที่ผู้บริโภคให้ความสนใจสูงกว่ารูปแบบอื่น ๆ คือ วิดีโอ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะตัววิดีโอสามารถเล่าเรื่องได้มาก ไม่ว่าจะเป็นภาพเคลื่อนไหว เสียง ส่งผลให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ได้มากกว่าภาพธรรมดา จึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี (Rodkasikum, 2015) สอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 พบว่า เนื้อหาที่กลุ่มเจนเอเรชันวายรับชมผ่านสื่อสังคมมากที่สุด คือ คลิปวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 49.85 (Electronic Transactions Development Agency, 2022) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Charungpokakorn (2017) พบว่า กลุ่มเจนเอเรชันเอ็ม (Generation M) ยินยอมจะใช้เวลาในการรับชมเนื้อหารูปแบบวิดีโอมากกว่าเนื้อหารูปแบบอื่น ๆ บนแพลตฟอร์มที่ขายสินค้าเกี่ยวกับแฟชั่น เนื่องจากเนื้อหารูปแบบวิดีโอให้ความรู้สึกที่บันเทิงและความคิดสร้างสรรค์ได้มากกว่า และถ้าหากนำเสนอเนื้อหาที่มีการส่งเสริมการตลาดรวมเข้าไปด้วย จะยิ่งส่งเสริมให้เกิดความสนใจ

ไปจนถึงเกิดการซื้อได้ และการศึกษาของ Panuchinda (2019) พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุด คือ คลิปวิดีโอ

## 2. ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคม

ผู้บริโภคมีการตอบสนองจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมในระดับมาก อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เป็นกลุ่มเจนเนอเรชันวายซึ่งมักมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งมีการใช้งานที่ถี่ จึงทำให้ได้อ่านหรือรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าเป็นจำนวนมากต่อวัน ส่งผลให้มีระดับการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวในระดับมาก แต่ทั้งนี้ระดับการตอบสนองของผู้บริโภคอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ได้แก่ ลักษณะของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา และความน่าสนใจของเนื้อหา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มคนที่มีการรับชมเนื้อหาผ่านสื่อสังคมมากที่สุด ซึ่งจากการรับชมเนื้อหาดังกล่าวทำให้กลุ่มเจนเนอเรชันวายมีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมสูงกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ (Electronic Transactions Development Agency, 2022) และสอดคล้องกับการศึกษาของ Pornsinsirik (2019) พบว่า กลุ่มลูกค้าผู้หญิงตราสินค้า Dharma Bums ในประเทศไทยมีการตอบสนองต่อการรับชมการตลาดเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับมาก

## 3. ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค

### 3.1 อิทธิพลของลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาด

ลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมในเกือบทุกลักษณะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค อาจเป็นเพราะเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าในลักษณะต่าง ๆ ถือเป็นตัวกระตุ้นภายนอกที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการ โดยเนื้อหาเหล่านี้จะผ่านการรับรู้หรือกลไกของผู้บริโภค จนทำให้มีการตอบสนองเกิดขึ้น (Vidyanata, 2022) สอดคล้องกับการศึกษาของ Worachatrangsi and Kleechaya (2013) พบว่า ความพึงพอใจในลักษณะของเนื้อหาเชิงการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค และการศึกษาของ Unpattanasin (2018) พบว่า ลักษณะของเนื้อหาบนเฟซบุ๊ก มีอิทธิพลต่อการกดถูกใจของวัยรุ่นไทย และเมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะของเนื้อหา พบว่า เนื้อหาเชิงการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค คือ เนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ อาจเป็นเพราะเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ เป็นเนื้อหาที่มุ่งเน้นในการสื่อสารเพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งอาจนำเสนอในรูปแบบรูปภาพ ข้อความที่โดนใจลูกค้า ข้อความที่สร้างพลังให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีแรงบันดาลใจหรือมีพลังในการกระทำสิ่งต่าง ๆ จึงได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี (Rodkasikum, 2015) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Cvijikj

and Michahelles (2013) พบว่า ลักษณะของเนื้อหาที่สื่อสารโดยตราสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างประเทศผ่านสื่อสังคม ในลักษณะสร้างแรงบันดาลใจ เป็นเนื้อหาที่ส่งผลกระทบที่สุดต่อการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

### 3.2 อิทธิของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาด

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมในทุกูปแบบ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค อาจเป็นเพราะการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดในแต่ละรูปแบบสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้หยุดหันมามองและอยากเข้าชมเนื้อหานั้น ๆ และอาจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้ (Vidyanata, 2022) สอดคล้องกับการศึกษาของ Pornsinsiriruk (2019) พบว่า รูปแบบการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดออกกำลังกายของกลุ่มลูกค้าผู้หญิงตราสินค้า Dharma Bums ในประเทศไทย และเมื่อพิจารณาแยกตามรูปแบบการนำเสนอ พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค คือ อินโฟกราฟฟิก อาจเป็นเพราะอินโฟกราฟฟิกเป็นการนำข้อมูลมาสรุปเป็นสารสนเทศออกมาในรูปแบบลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือเคลื่อนไหว มีความเข้าใจง่าย รวดเร็ว ชัดเจน และเป็นที่น่าจดจำ สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจถึงสิ่งที่ตราสินค้าต้องการ ทำให้ได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี (Ryan, 2014) สอดคล้องกับการศึกษาของ Georgieva and Djoukanova (2014) พบว่า การนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าในรูปแบบอินโฟกราฟฟิกส่งผลกระทบต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคได้สูงกว่าการนำเสนอในรูปแบบอื่น ๆ การศึกษาของ Sirikanachawong (2017) พบว่า การนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดในรูปแบบรูปภาพที่มีข้อความหรืออินโฟกราฟฟิก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านช่องทางอินสตาแกรมสูงกว่ารูปแบบอื่น ๆ และการศึกษาของ Panuchinda (2019) พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดส่งผลกระทบต่อกระบวนการตอบสนองของผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ โดยรูปแบบที่ส่งผลกระทบที่สุด คือ อินโฟกราฟฟิก รองลงมา คือ ข้อความ และคลิปวิดีโอ ตามลำดับ

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. เนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นในลักษณะเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก เป็นลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคม ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้นหากเจ้าของตราสินค้าแฟชั่นต้องการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองต่อเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคม ควรออกแบบและนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าในลักษณะที่สร้างแรงบันดาลใจ ในรูปแบบอินโฟกราฟฟิกให้มากขึ้น เช่น การใช้ข้อความที่โดนใจหรือคำคมต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าในตัวเอง มีพลังบวก และเกิดแรงบันดาลใจในการกระทำสิ่งต่าง ๆ นำเสนอในรูปแบบรูปภาพที่สวยงาม มีสีสันสะดุดตา เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

2. ผู้บริโภคมีการตอบสนองต่อเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมในขั้นตอนความเชื่อมั่นต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในสินค้าหรือบริการจากการรับชมเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมน้อย ดังนั้นเจ้าของตราสินค้าแฟชั่นควรเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่สนใจสินค้า แต่อาจยังไม่มั่นใจในตัวสินค้านั้น โดยการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดที่เปรียบเทียบให้เห็นข้อดีของตราสินค้าตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้า และคิดว่าการซื้อสินค้าจากตราสินค้านั้นเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงลึกหรือทำการศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดขึ้น

2. ควรศึกษากระบวนการตอบสนองต่อเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมโดยใช้ตัวแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากตัวแบบลำดับขั้นของการตอบสนอง เช่น ตัวแบบไอดา (AIDA Model) ซึ่งเป็นการแสดงลำดับขั้นตอนกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค 4 ขั้นตอน คือ ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้รับองค์ความรู้ที่หลากหลายขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- Antoniadis, I., Paltsoglou, S., & Patoulidis, V. (2019). Post popularity and reactions in retail brand pages on Facebook. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 47(9), 957-973.
- Brookes, D. (2015). *Content marketing revolution: Seize control of your market in five key steps*. Los Angeles, CA: Giant Leap Media.
- Charoonpaisal, S. (2022). *Factors influencing online product purchasing intention towards Tiktok application* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Songkhla. [in Thai]
- Charungpokakorn, J. (2017). *Factors affecting interested the content marketing of fashion product through Facebook by M Generation* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. [in Thai]
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cvijikj, P., & Michahelles, F. (2013). Online engagement factors on Facebook brand pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3, 843-861.
- Electronic Transactions Development Agency. (2022). *Report of internet user behavior survey in Thailand*. Bangkok: ETDA. [in Thai]

- Georgieva, A., & Djoukanova, A. (2014). *Content marketing: New opportunities for building strong brands online* (Master's thesis). University of Lund, Lund.
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. New York: John Wiley & Sons.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global overview report*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Khanaruksombut, N. (2021). Content marketing of fashion product in COVID-19 crisis. *Lampang Rajabhat University Journal*, 10(2), 177-189. **[in Thai]**
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Maczuga, P. (2014). *Content marketing handbook: Simple ways to innovate your marketing approach*. Warsaw: Lifelong Learning Program.
- Pan, Y., Roedl, D., Blevis, E., & Thomas, J. C. (2015). Fashion thinking: Fashion practices and sustainable interaction design. *International Journal of Design*, 9(1), 53-66.
- Panuchinda, P. (2019). *Strategy of content marketing via Line application for elderly in Bangkok* (Master's thesis). Mahidol University, Bangkok. **[in Thai]**
- Phuangrod, K., & Thongsongyod, S. (2022). Marketing communication factors affecting tourists' perception of service of hotel industries in southern border provinces. *Hatyai Academic Journal*, 20(1), 131-147. **[in Thai]**
- Pornsinsiriruk, T. (2019). *Influences of content marketing on activewear purchase decision of Dharma Bums' female customers in Thailand* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**
- Rodkasikum, S. (2015). *Sustainable creation of content marketing for having a competitive advantage on social media* (Independent study). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**
- Ryan, D. (2014). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (3rd ed.). London: Kogan Page.
- Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). Factors influencing popularity of branded content in Facebook fanpages. *European Management Journal*, 32(6), 1001-1011.

- Sirikanchawong, S. (2017). *Content marketing presentation format and intention to purchase women's fashion clothes through Instagram channel* (Master's thesis). Mahidol University, Bangkok. [in Thai]
- Unpattanasin, T. (2018). *The types of content affecting consumer's Facebook-liking behavior: A case study of Thai youth* (Master's thesis). Thai-Nichi Institute of Technology, Bangkok. [in Thai]
- Vidyanata, D. (2022). Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model application in examining the influence of social media marketing on purchase decisions in the healthcare industry: The mediating role of brand trust. *Journal of Applied Management*, 20(3), 651-667.
- Wanichbuncha, K. (2018). *Statistics for research* (12th ed.). Bangkok: Sam Lada. [in Thai]
- Worachatrangsi, A., & Kleechaya, P. (2013). Types of marketing content in Facebook fanpages and consumers' buying intention. *Journal of Public Relations and Advertising*, 6(2), 88-106. [in Thai]

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

### Factors Affecting the Acceptance of PTT Super Power Diesel B7 Oil Products in Mueang District, Songkhla Province

ฤทธิรงค์ ช่วยป้อง<sup>1</sup>, อรุณลักษณ์ อรชร<sup>1</sup>, ออมสิน แก้วสมวงศ์<sup>1</sup>, และ วาสนา สุวรรณวิจิตร<sup>1\*</sup>

Rittirong Chaunypong<sup>1</sup>, Arunluk Orachon<sup>1</sup>, Aomsim Keawsomwong<sup>1</sup>, and Wassana Suwanvijit<sup>1\*</sup>

Received: 2 February 2024

Revised: 8 August 2024

Accepted: 22 August 2024

#### Abstract

This research aims to study attitudes regarding factors of knowledge about oil products and service marketing mix factors that affect the acceptance of PTT Super Power Diesel B7 oil products by users of PTT gas stations in Mueang District, Songkhla Province. The study will reveal the factors that make service users accept new products like PTT Super Power Diesel B7, which is still a new product and needs to be improved until it becomes popular in the market. The sample group involved 400 users of PTT Super Power Diesel B7 in Muang District, Songkhla Province. This study applied a questionnaire as a research tool with the reliability of 0.96. In accordance with descriptive data analysis, the analyzation concerned frequencies, means, and standard deviations. For inferential data analysis, it used multiple regression analysis.

The results found that the majority of respondents were males aged between 36 and 45 years and possessed a bachelor's degree. They also had a career in government service or state enterprises. The aspects with the highest average scores were communication attitude, general knowledge of the product, and the product-service market mix. In addition, motivational attitudes, general knowledge, and specific knowledge about oil products, and the marketing mix of product services, price, location, promotion, process side, and physical characteristics affected the acceptance of PTT products. This research will be a great benefit

<sup>1</sup> คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>1</sup> Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

\* ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: wassana@tsu.ac.th)

to PTT gas station operators in developing strategies for acceptance of its products by consumers. Operators of other brands in the product and gas station industry can use the research findings to enhance the development process of oil products, making them more appealing to consumers.

**Keywords:** *Attitudes, Knowledge, Service Marketing Mix, Acceptance, Gas Stations*

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทัศนคติ ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง PTT Super Power Diesel B7 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และต้องมีการปรับปรุงจนติดตลาด กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยโดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาใช้การคำนวณจากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36 - 45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ทัศนคติด้านการสื่อสาร ความรู้ทั่วไปของผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และทัศนคติด้านแรงจูงใจด้านประสบการณ์ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันด้านความรู้ทั่วไป ด้านความรู้เฉพาะเจาะจง และส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในการพัฒนากลยุทธ์ให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันแบรนด์อื่นที่จะนำผลการวิจัยไปปรับปรุงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันให้กลายเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** *ทัศนคติ, ความรู้, ส่วนประสมการตลาดบริการ, การยอมรับ, สถานีบริการน้ำมัน*

## บทนำ

ประเทศไทยมีธุรกิจค้าปลีกน้ำมันที่เป็นธุรกิจของคนไทยและต่างชาติเข้ามาลงทุนประกอบด้วย ปตท. บางจาก พีที เซลล์ คาลเทกซ์ และซัสโก้ ซึ่งการแข่งขันทางธุรกิจของสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งรูปแบบของระบบสมาชิก สิทธิประโยชน์ การบริการ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานีบริการน้ำมันของแบรนด์นั้น ๆ แต่สิ่งที่มีความเหมือนและคล้ายคลึงกันในทุกแบรนด์ คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันพื้นฐาน เช่น ดีเซล B7 ดีเซล B20 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 และ E20 (DOEB, 2023)

แต่เมื่อธุรกิจต้องการเพิ่มรายได้และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ (Kimthiaw, Suwanvijit, & Sirichote, 2021) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดการแข่งขัน โดย ปตท. ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีชื่อว่า Super Power Diesel B7 ในวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ภายใต้แคมเปญ The Super Power of World Class ซึ่งเป็นน้ำมันเกรดพรีเมียมที่เหมาะสมกับรถยนต์ดีเซลทุกประเภทที่ต้องการสมรรถนะสูง สำหรับการขึ้นเขาหรือทางลาดชัน โดยน้ำมัน Super Power Diesel B7 ผ่านการรองรับมาตรฐาน Euro 5 ที่รับรองว่า ผลิตภัณฑ์นี้สามารถช่วยลดมลพิษในอากาศได้ (PTTOR, 2023) และน้ำมันชนิดนี้จะกลายมาเป็นกลยุทธ์ที่จะสร้างความแตกต่าง และเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีเฉพาะสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เท่านั้น

การออกผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ท้องตลาดในแต่ละครั้งทำให้ธุรกิจสามารถเปิดตลาดกลุ่มใหม่เพิ่มขึ้น มีความเป็นผู้นำทางนวัตกรรมที่ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีกับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม และมีความแตกต่างกับคู่แข่งอย่างชัดเจนผ่านการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แต่การออกผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น ยังมีความเสี่ยงที่จะต้องใช้งบลงทุนในการพัฒนาที่สูง ระยะเวลาที่นาน เพื่อพิสูจน์และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์จนสามารถติดท้องตลาด การใช้กลยุทธ์การตลาดบริการจึงมีบทบาทสำคัญ (Chimphimol & Phoomborplub, 2022) และยังคงคอยปรับปรุงคุณภาพตามความต้องการหรือผลตอบรับของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยในการสร้างความยอมรับในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง และนำมาปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการอยู่เสมอ

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีปริมาณการใช้งานน้ำมันดีเซลมากเป็นอันดับ 1 ของภาคใต้ และมีส่วนแบ่งการใช้งานน้ำมันดีเซลร้อยละ 13.50 ของประเทศไทย (Chaunypong & Noknoi, 2023) การที่ธุรกิจสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดที่มีอัตราการใช้น้ำมันดีเซลมาก ย่อมส่งผลต่อยอดขายและรายได้ของธุรกิจ ทำให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการวิจัยการยอมรับผลิตภัณฑ์ PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะแสดงถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่มีต่อ PTT Super Power Diesel B7 โดยทางธุรกิจ ปตท. หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลเพื่อพิจารณาพัฒนาการออกแคมเปญทางการตลาด และสามารถสร้างเสริมการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Allport (1935) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจและประสาท ทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบสนองหรือแสดงออกในลักษณะที่สนับสนุน หรือต่อต้านวัตถุ หรือสถานการณ์ และ Rogers (1962) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับบุคคลรอบตัว วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Wongsarase (1983) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคตินั้นเป็นความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าแตกต่างกันออกไป จากความหมายที่กล่าวข้างต้น สรุปเป็นภาพรวมได้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ และแนวโน้มที่จะนำไปสู่การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล โดยมีการประมาณค่าจากความชอบหรือไม่ชอบที่ส่งผลกระทบต่อการตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือลบ ไม่ว่าจะต่อตัวบุคคล สิ่งที่ต้องได้และไม่ต้องได้ รวมไปถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ในสภาวะแวดล้อมนั้น ๆ นอกจากนี้ Schermerhorn (2000) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นส่วนที่ยึดติดกับบุคลิกภาพ ซึ่งตัวบุคคลจะมีทัศนคติที่เป็นโครงสร้างอยู่แล้ว ทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ อันใดอันหนึ่ง โดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นั้นหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่ง โดยปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติ ได้แก่ (1) ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากการเรียนรู้หรือการกระทำสามารถส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลได้ (2) การรับรู้ (Perception) การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ สามารถส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลได้ (3) แรงจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจของบุคคลสามารถส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลได้ และ (4) การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารของบุคคลสามารถส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลได้

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญในการเปิดใจยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของสถานบริการน้ำมัน หากสถานบริการน้ำมันสามารถสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้ ก็จะเกิดการยอมรับและมีการซื้อผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

Srimungkun (2012) กล่าวว่า ความรู้เป็นการรับรู้เบื้องต้นผ่านประสบการณ์การเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า แล้วจัดเป็นโครงสร้างที่ผสมกันระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง โดยความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ต่อไป (Sothanasathean, 1990) อีกทั้งความรู้ หมายถึง การได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากสื่อต่าง ๆ (Pilunthanaowat, 2006) การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นผู้รับสารที่ได้รับการศึกษาในระดับ ในยุคสมัย ในระบบการศึกษา และในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป (Phuangrod & Thongsongyod, 2022) โดย Pilunthanaowat (2006) ได้แบ่งระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ ดังต่อไปนี้ (1) ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเฉพาะเรื่องในวิธีปฏิบัติหรือกระบวนการ (2) ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้

(Comprehensive) หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ (3) ระดับการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) มาปฏิบัติจริงได้อย่างเป็นรูปธรรม (4) ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วนเป็นประเภทได้ (5) ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำเอาข้อมูล แนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) และ (6) ระดับของการประเมินผล (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผลและวัดข้อมูลตามมาตรฐาน

ซึ่งความแตกต่างระหว่างความรู้ทั่วไป และความรู้แบบเฉพาะเจาะจง คือ ความรู้ทั่วไป หมายถึง ความรู้พื้นฐานที่กว้างขวาง ครอบคลุมหลายสาขา มักเป็นความรู้ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานหรือสถานการณ์เฉพาะ สำหรับความรู้แบบเฉพาะเจาะจง หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานหรือสถานการณ์เฉพาะ มักเป็นความรู้ที่ลึกซึ้ง และเชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ดังนั้นความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จึงมีความสำคัญที่จะทำให้เกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์ใหม่ของสถานประกอบการน้ำมัน หากสถานประกอบการมีการอธิบาย สร้างความเข้าใจถึงคุณสมบัติและประโยชน์ของสินค้านั้นอย่างละเอียด ก็จะทำให้การเปิดใจยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้น เพราะการลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น น้ำมันมีความเสี่ยงทั้งในเรื่องของเครื่องยนต์ และประสิทธิภาพที่อาจจะทำให้เกิดความเสียหาย ส่งผลให้ความรู้ทั้งในเรื่องทั่วไปและเชิงลึกจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการที่สถานประกอบการน้ำมันต้องประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจ

#### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)

Wongmontha (1999) กล่าวว่า การตลาดเริ่มต้นที่การศึกษาความต้องการของลูกค้าแล้วนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยใช้เครื่องมือการตลาดต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้ง Kolter (2003) ยังกล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดของสินค้ามี 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ตัว ส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Tangpattanakit, 2022) หากแต่วิธการตลาด 4Ps นั้นใช้ได้กับสินค้าแต่ยังไม่เพียงพอสำหรับธุรกิจบริการ จึงได้เพิ่มเติมส่วนประสมการตลาดขึ้นใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการรูปแบบใหม่โดยเพิ่มขึ้นอีก 3Ps นั่นคือ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพของสินค้า/บริการ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) รวมแล้วจึงประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ ดังต่อไปนี้ (1) ผลิตภัณฑ์ การบริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน โดยคุณภาพของบริการจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน (2) ราคา ราคาเป็นตัวกำหนดรายได้ของกิจการสำหรับตัวสินค้าหรือบริการ จะถือว่าเป็นมูลค่าที่ทางผู้ซื้อให้มาเพื่อแลกกับการได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ (3) สถานที่ คือ ที่ตั้งของผู้ให้บริการรวมถึงความยากง่ายในการเข้าถึงในการขอรับบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (4) การส่งเสริมการตลาด เป็นการรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารการตลาดแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการตลาดรูปแบบอื่นทั้งทางตรงสู่สาธารณะ และทางอ้อมผ่านทางสื่อสาร (5) บุคลากร คือ พนักงานผู้ให้บริการส่งถึงมือผู้รับบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ โดยต้องมีความรู้

ความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (6) กระบวนการ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ และ (7) ลักษณะทางกายภาพ เป็นสิ่งซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ

การผสมผสานส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7Ps เข้าด้วยกันอย่างลงตัวจะช่วยเพิ่มโอกาสการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของสถานีบริการน้ำมัน ดึงดูดลูกค้า สร้างยอดขาย (Chimphimol & Phoomborplub, 2022) และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่สถานีบริการน้ำมัน และเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ติดตลาด

### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับผลิตภัณฑ์

Wandee (2002) กล่าวถึง การยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างหนึ่ง โดยบุคคลได้รับการเรียนรู้ผ่านระบบการศึกษาหรือการเรียนรู้ด้วยตนเอง จนเกิดความเข้าใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดว่าเป็นประโยชน์กับการใช้ชีวิตของตนจนก่อให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ขึ้น และ Sarerat (1998) กล่าวไว้ว่า กระบวนการทางจิตใจซึ่งบุคคลแต่ละบุคคลจะมีการรับรู้ผ่านการได้ยินเป็นอันดับแรกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ่านกระบวนการตัดสินใจทดลองใช้ จนถึงขั้นการตัดสินใจยอมรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งการยอมรับของผู้บริโภคตามประโยชน์ต่าง ๆ ตามหลักแนวคิดและทฤษฎีของ Rogers (1962) ซึ่งมีกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) 5 ประการ ดังนี้ (1) ขั้นแห่งการรับรู้ (Awareness Stage) เป็นการรับรู้ขั้นต้นทำให้บุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทาง การได้ยิน สังเกต และพบเห็น ซึ่งผู้บริโภคจะยังไม่รู้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (2) ขั้นสนใจและหาความรู้เพิ่มเติม (Interest Stage) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเริ่มเกิดความสนใจจากการรับรู้ในขั้นตอนแรก และเริ่มมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมผ่านทางช่องทางต่าง ๆ (3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เกิดการเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เรียนรู้ข้อดี ข้อเสีย (4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เกิดการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วยตัวตนเอง เพื่อค้นหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และสามารถสร้างประโยชน์ในการใช้ชีวิตประจำวันได้มากน้อยเพียงใด ก่อนที่จะถึงขั้นตอนการยอมรับจริง ๆ และ (5) ขั้นยอมรับปฏิบัติ (Adoption Stage) เป็นการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม นำนวัตกรรมไปใช้งานอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ Sirisangchaikun (2013) ก็ยังกล่าวไว้ว่า การพิจารณาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์จากการทดลองใช้จะสามารถทำได้ผ่าน 3 ขั้นตอน คือ ทศนคติของผู้บริโภค สถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ และสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเน

การยอมรับผลิตภัณฑ์จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ สร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง ช่วยเพิ่มยอดขาย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานีบริการน้ำมันกลายเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนั้น ๆ

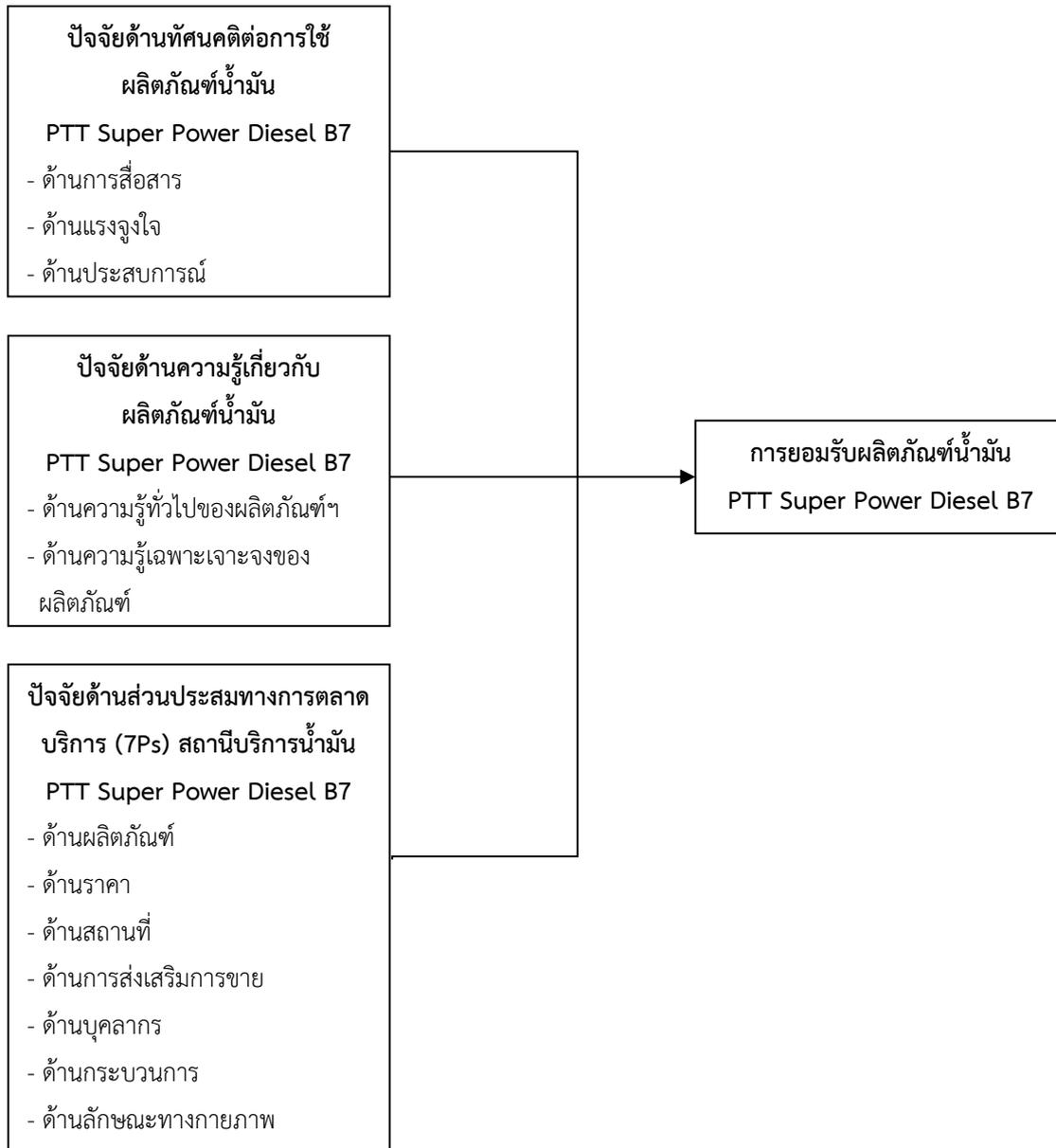
### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ Mouzaidis et al. (2022) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคชาวกรีก

ต่อการบริโภคเชื้อเพลิงชีวภาพโดยใช้ทฤษฎีการยอมรับทางสังคม พบว่า ทักษะคติแรงจูงใจที่มีต่อ Biofuel และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับจะช่วยให้สามารถอธิบายความเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ว่า ทักษะคติแรงจูงใจของผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคิดเห็นและพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ Biofuel และ Bae, Mitra, Rindt, and Ritchie (2022) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เชื้อเพลิงทางเลือกในกลุ่มยานพาหนะที่ใช้งานหนัก พบว่า ทักษะคติการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้รับผ่านค่านิยม พฤติกรรม ทำให้ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายในราคาที่แพงกว่าสินค้าและบริการเดิมที่ใช้อยู่ ซึ่งเป็นผลมาจากการยอมรับของผู้ใช้บริการ และในปัจจัยของการรับรู้มีงานวิจัยของ Frenzel, Anderson, Lischke, and Eisenmann (2021) ที่ศึกษาเชื้อเพลิงทดแทนในการขนส่งเชิงพาณิชย์: การระบุผู้ใช้รายแรก การยอมรับของผู้ใช้ และผลกระทบทางนโยบาย พบว่า สิ่งที่สำคัญในการสร้างความยอมรับให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ คือ ต้องสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ และเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างความแตกต่างจนผู้บริโภครับรู้ได้ถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีงานวิจัยของ Chaiwong and Koontawee (2019) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสาร บัตรสะสมคะแนนกับการซื้อซ้ำในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน: การศึกษาเปรียบเทียบแบรนด์ไทยและต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในมิติด้านการส่งเสริมการขายมีความสำคัญต่อการสร้างความรับรู้ให้ผู้ให้บริการเป็นอย่างมาก สร้างความสนใจ ทดลองใช้ และสามารถเพิ่มยอดขายให้กับแบรนด์ได้ในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ogbunamiri and Agu (2022) ที่ได้ศึกษาตัวขับเคลื่อนความภักดีของลูกค้าในภาคย่อยปิโตรเลียมขั้นปลายในประเทศไนจีเรีย พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ส่งผลต่อการยอมรับและความภักดีของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเป็นลูกค้าประจำของแบรนด์นั้น ๆ

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้น 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยทัศนคติ ประยุกต์มาจาก Schermerhorn (2000) (2) ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประยุกต์มาจาก Pilunthanaowat (2006) และ (3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ประยุกต์มาจาก Kotler (2003) โดยตัวแปรตาม คือ การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ประยุกต์มาจาก Rogers (1962) ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐาน ดังนี้



### ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

#### สมมติฐานการวิจัย

1. ทัศนคติมีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันมีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
3. ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณของ Cochran (1977) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384.16 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็น 400 คน และสุ่มเก็บจากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งมีด้วยกันทั้งหมด 3 สถานีบริการ ประกอบด้วย (1) PTT Station ปตท. ฐานทัพเรือสงขลา (2) PTT Station ปตท.สงขลาพลาซ่า และ (3) PTT Station ปตท.ควนหิน สงขลา ปิโตรเลียม ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจของผู้วิจัย พบว่า สถานีบริการน้ำมันดังกล่าวเป็นสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และมีการเข้าบริการอย่างต่อเนื่อง โดยผู้วิจัยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวนสถานีบริการละ 133, 133 และ 134 คน ตามลำดับ ในช่วงระยะเวลา 1 - 31 มกราคม พ.ศ. 2567

### เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีประเภทของมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งคำถามในแต่ละปัจจัยที่ศึกษา ผู้วิจัยพัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยศึกษา โดยการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษในด้านของการออกแบบงานวิจัยจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า คำถามแต่ละข้อมีดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ อยู่ในระดับ 0.67 - 1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัย (Rovinelli & Hambleton, 1977) จากนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่าแบบสอบถามมีค่าความสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.96 หากพิจารณาแต่ละตัวแปร พบว่า ตัวแปรทัศนคติ มีค่าเท่ากับ 0.82 ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 0.93 ตัวแปรส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเท่ากับ 0.92 และตัวแปรการยอมรับ มีค่าเท่ากับ 0.84 ซึ่งมากกว่า 0.70 แสดงถึง ความเหมาะสมในการนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจริงในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว พบว่า มีข้อมูลที่สมบูรณ์ร้อยละ 98 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการประมวลผลข้อมูล โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณจากค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามปัจจัยด้านทัศนคติ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน และส่วนประสมการตลาดบริการ โดยใช้การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งระดับเป็น 5 ระดับ กำหนดค่าคำตอบแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิด Likert's Scale (Silpcharu, 2014) โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51) มีอายุอยู่ระหว่าง 36 - 45 ปี (ร้อยละ 31) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 36) และมีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 35)

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานี บริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ทัศนคติ	3.85	0.54	มาก	1
2. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน	3.74	0.70	มาก	3
3. ส่วนประสมการตลาดบริการ	3.78	0.48	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทัศนคติด้านการสื่อสารเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.57) รองลงมา คือ ทักษะด้านแรงจูงใจ ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.60) และทักษะด้านประสบการณ์ ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.63) ในส่วนของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ คือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 60) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 0.68) ด้านการส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.61) ด้านสถานที่ ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.57) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.49) ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.77) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.81) และปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความรู้ทั่วไปของผลิตภัณฑ์เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 0.68) รองลงมา คือ ด้านความรู้เฉพาะเจาะจงของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.81)

ผู้วิจัยมีการทดสอบข้อมูลเบื้องต้นโดยการเลือกตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่เป็นเชิงปริมาณ และตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม และในกรณีที่ตัวแปรที่มีหลายตัวจะไม่มีการเกิดปัญหาสภาวะร่วมเส้นตรงพหุ หากเกิดปัญหาจะทำให้  $R^2$  สูงเกินความเป็นจริง มีการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลที่เป็นปกติ และการกระจายของข้อมูลของแต่ละตัวแปรมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน

**ตารางที่ 2** ผลวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณของทัศนคติที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ตัวแปรด้านทัศนคติ	b	$\beta$	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.341	-	8.191	.001		
ด้านการสื่อสาร	.091	.088	1.551	.122	.441	2.268
ด้านแรงจูงใจ	.325	.334	5.295	.001	.360	2.777
ด้านประสบการณ์	.281	.302	5.433	.001	.464	2.156

$R^2 = .657$ , Adj  $R^2 = .432$ ,  $F = 100.404$

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง 2.156 ถึง 2.777 และค่า Tolerance ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง .360 ถึง .464 ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ต่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ทักษะด้านแรงจูงใจ และด้านประสบการณ์ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยทั้งสองตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาได้ร้อยละ 43.20 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา = 1.341 + .325 (ด้านแรงจูงใจ) + .281 (ด้านประสบการณ์)

**ตารางที่ 3** ผลวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณของความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ตัวแปรด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน	b	$\beta$	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.881	-	14.769	.001		
ด้านความรู้ทั่วไป	.374	.432	7.485	.001	.429	2.329
ด้านความรู้เฉพาะเจาะจง	.194	.042	.268	.001	.469	2.429

$R^2 = .658$ , Adj  $R^2 = .433$ ,  $F = 151.429$

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง 2.329 ถึง 2.429 และค่า Tolerance ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง .429 ถึง .469 ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ต่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันด้านความรู้ทั่วไป และด้านความรู้แบบเฉพาะเจาะจงส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยทั้งสองตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาได้ร้อยละ 43.30 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา = 1.881 + .374 (ด้านความรู้ทั่วไป) + .194 (ด้านความรู้เฉพาะเจาะจง)

**ตารางที่ 4** ผลวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณของส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ตัวแปรด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	b	$\beta$	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	.439	-	2.880	.004		
ด้านผลิตภัณฑ์	.607	.624	21.473	.001	.769	1.301
ด้านราคา	-.124	.035	-3.587	.001	.784	1.276
ด้านสถานที่	.092	.035	2.631	.009	.559	1.788
ด้านส่งเสริมการขาย	.111	.052	2.118	.035	.218	4.593
ด้านบุคลากร	-.029	.072	-.048	.683	.273	3.664

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ตัวแปรด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	b	$\beta$	t	Sig.	Tolerance	VIF
ด้านกระบวนการ	.130	.064	2.019	.044	.118	8.493
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.146	.051	2.881	.004	.132	7.556

$R^2 = .864$ , Adj  $R^2 = .741$ ,  $F = 164.163$

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง 1.276 ถึง 8.493 และค่า Tolerance ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง .118 ถึง .784 ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ต่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระดับ .05 โดยทั้งหมดตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาได้ร้อยละ 74.10 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

การยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา =  $.439 + .607$  (ด้านผลิตภัณฑ์) -  $.124$  (ด้านราคา) +  $.092$  (ด้านสถานที่) +  $.111$  (ด้านส่งเสริมการขาย) +  $.130$  (ด้านกระบวนการ) +  $.146$  (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ทำการอภิปรายรายตัวแปร ดังนี้

ทัศนคติที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติด้านแรงจูงใจมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 มีส่วนสำคัญที่สุดในการจูงใจให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ การใส่ใจของพนักงานงานประจำสถานีบริการที่คอยให้คำปรึกษาในข้อสงสัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้ใช้บริการยังไม่ค่อยมีความรู้ และอยากทดลองใช้เพื่อทดสอบประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mouzaidis et al. (2022) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคชาวกรีกต่อการบริโภคเชื้อเพลิงชีวภาพ โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับทางสังคม พบว่า การยอมรับผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ทัศนคติที่จูงใจผู้ใช้บริการ รองลงมา คือ ทัศนคติด้านประสบการณ์ การสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอยากเติมน้ำมันชนิดนี้ทุกครั้งที่มีโอกาส จะสร้างให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมันได้ และเกิดเป็นลูกค้าประจำที่ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bae et al. (2022) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เชื้อเพลิงทางเลือกในกลุ่มยานพาหนะ

ที่ใช้งานหนัก พบว่า การรับรู้ของผู้ใช้บริการผ่านทัศนคติที่ผู้ใช้บริการได้รับผ่านค่านิยมพฤติกรรมทำให้ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายในราคาแพงกว่าในการใช้งานผลิตภัณฑ์แบบเดิม ซึ่งเป็นผลมาจากการยอมรับของผู้ใช้บริการ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ PTT Super power Diesel B7 เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งออกสู่ตลาดทำให้ผู้ใช้บริการเล็งเห็นถึงความสำคัญทั้งในความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมัน และความรู้เฉพาะเจาะจงของผลิตภัณฑ์น้ำมัน โดยที่ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญที่สุด ทั้งการรับรู้และเคยได้ยินเกี่ยวกับบริษัทผู้วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้ความรู้ถึงความปลอดภัยและการทดสอบต่าง ๆ เพราะน้ำมันมีผลต่อเครื่องยนต์และชีวิตของผู้ขับขี่ ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมที่สร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์แบบเดิมที่สามารถใช้งานทดแทนกันได้ การเพิ่มแรงบิด การเผาผลาญ และการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า รองลงมา คือ ความรู้เฉพาะเจาะจงของผลิตภัณฑ์น้ำมัน จากการที่ผู้ใช้บริการเริ่มสนใจ และมีการศึกษาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์น้ำมันอย่างละเอียดขึ้น ลักษณะทางกายภาพ กลิ่น สี ส่วนประกอบหลักเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Frenzel et al. (2021) ที่ศึกษาเชื้อเพลิงทดแทนในการขนส่งเชิงพาณิชย์: การระบุผู้ใช้รายแรก การยอมรับของผู้ใช้ และผลกระทบทางนโยบาย พบว่า ระดับความรู้ของผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีส่งผลสำคัญต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 ของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากการใช้งานจนเกิดเป็นความพึงพอใจในคุณสมบัติและประโยชน์จากการใช้งานที่ช่วยส่งผลให้สมรรถนะของเครื่องยนต์ดีขึ้น จนผู้ใช้บริการสังเกตได้และรู้สึกถึงความแตกต่างจากการใช้งานผลิตภัณฑ์แบบเดิมที่มีอยู่ทั่วไป อีกทั้งความประหยัดก็ยังส่งผลให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ การสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นตั้งแต่ครั้งแรกที่ผู้ใช้บริการเติมน้ำมัน อีกทั้งการให้บริการอย่างรวดเร็วแบบไม่มีข้อผิดพลาด ความปลอดภัยในการให้บริการ และการนำเสนอสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้ผู้ใช้บริการรับรู้สร้างความพอใจและการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมันในตัวของผู้ใช้บริการ ด้านส่งเสริมการขายเองก็เป็นส่วนที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญไม่น้อย เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการมองถึงความคุ้มค่าในการทดลองใช้ครั้งแรกหากสิทธิประโยชน์ดี มีความน่าสนใจ ผู้ใช้บริการก็จะเกิดการยอมรับและใช้บริการจนกลายเป็นลูกค้าประจำในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaiwong and Koontawe (2019) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารบัตรสะสมคะแนนกับการซื้อซ้ำในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน: การศึกษาเปรียบเทียบแบรนด์ไทยและต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า นโยบายและโปรโมชั่นที่แตกต่างสามารถทำให้ผู้ใช้บริการหันมาสนใจและเห็นถึงความสำคัญของแบรนด์ ซึ่งทำให้เกิดการยอมรับและซื้อซ้ำในแบรนด์นั้น ในด้านของราคาและสถานที่ คือ สองด้านที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในลำดับที่เท่ากัน การตั้งราคาเป็นไปในความสมเหตุสมผลหรือไม่ คุณภาพกับราคาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือ

สถานที่จำหน่ายน้ำมันมีความเหมาะสมสามารถเข้าใช้บริการได้สะดวก สถานีบริการน้ำมันมีจำนวนมากเพียงพอสำหรับการเดินทางในระยะยาวก็ส่งผลให้เกิดการยอมรับได้ด้วยเช่นกัน และด้านสุดท้ายที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน คือ ด้านของลักษณะทางกายภาพ บรรยากาศโดยรวมที่น่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่จอดรถคนพิการ จุดเติมลม หรือจุดนั่งพักระหว่างเดินทาง เหล่านี้คือความสำคัญที่ผู้ให้บริการให้ความเห็นว่ามีสำคัญต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน PTT Super Power Diesel B7 สอดคล้องกับงานวิจัย Ogbunamiri and Agu (2022) ศึกษาตัวขับเคลื่อนความภักดีของลูกค้าในภาคธุรกิจขนาดเล็กของปิโตรเลียมชั้นปลายในประเทศไนจีเรีย พบว่า การตลาดบริการ 7Ps มีส่วนสำคัญในการสร้างการยอมรับทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ โพรโมชัน ผู้คน กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ ล้วนแต่มีส่วนในการขับเคลื่อนให้เกิดความภักดีและยอมรับสินค้าและบริการทั้งสิ้น

จากการอภิปรายผล พบว่า งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้น คือ คุณภาพน้ำมัน การบริการของพนักงานที่คอยสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดและรัดกุม อีกทั้งการสร้างรูปแบบการตลาดที่เหมาะสมจะสร้างการยอมรับให้กับผู้ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันควรนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์น้ำมันชนิดใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภค โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการออกแบบ

2. หน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานีบริการน้ำมันหรือธุรกิจในอุตสาหกรรมควรสนับสนุนให้เกิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างการแข่งขันที่มีความเท่าเทียมกัน โดยรัฐควรมีการจัดการอบรมและให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กลายเป็นที่ต้องการ และเป็นที่ยอมรับของตลาด

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ PTT Super Power Diesel B7 เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดผลวิจัย แนวคิด และองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติม

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของสถานีบริการน้ำมันแบรนด์อื่น ๆ ในปัจจัยและประเด็นเดียวกันเพื่อทดสอบความสอดคล้องของงานวิจัย

## เอกสารอ้างอิง

Allport, G. W. (1935). *Handbook of social psychology*. Roehester, MA: Clark University Press.

Bae, Y., Mitra, S. K., Rindt, C. R., & Ritchie, S. G. (2022). Factors influencing alternative fuel adoption decisions in heavy-duty vehicle fleets. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 102, 103150.

- Chaiwong, P., & Koontawee, P. (2019). Relationship of loyalty-card communication process and the repeat purchase in petrol service station business: A comparative study of Thai and non-Thai brands in Bangkok. *Journal of Promotional Communications*, 7(1), 63-78.
- Chaunypong, R., & Noknoi, C. (2023). Reducing costs and increasing profits in the gas station business: Case study in Nakhon Si Thammarat, Phatthalung, and Songkhla Provinces. *Journal of Innovation in Business, Management and Social Sciences*, 4(3), 85-103. **[in Thai]**
- Chimphimol, S., & Phoomborplub, W. (2022). Marketing mix factors influencing consumer decision-making process on gastronomy tourism: Case study of the Rawai seafood market of Phuket. *Hatyai Academic Journal*, 20(2), 321-341. **[in Thai]**
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- DOEB. (2023). *Competition in the Thai oil industry*. Retrieved from [https://www.doeb.go.th/news\\_activity/2519.pdf](https://www.doeb.go.th/news_activity/2519.pdf) **[in Thai]**
- Frenzel, I., Anderson, J. E., Lischke, A., & Eisenmann, C. (2021). Renewable fuels in commercial transportation: Identification of early adopter, user acceptance, and policy implications. *Case Studies on Transport Policy*, 9(3), 1245-1260.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kimthiaw, A., Suwanvijit, W., & Sirichote, O. (2021). Market adjustment for the survival of traditional retail store operators in Sungai Kolok District Narathiwat Province. *Narkbhutparitat*, 13(2), 161-170. **[in Thai]**
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Mouzaidis, P., Tsatiris, M., Damalas, C., Tsantopoulos, G, Katsileros, A., & Milis, C. (2022). Investigation of the attitudes of Greek consumers towards the biofuel's consumption using social acceptance theory. *Biofuels*, 14(1), 109-118.
- Ogbunamiri, C., & Agu, A. G. (2022). Drivers of customer loyalty in the downstream petroleum sub-sector in Nigeria. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(2), 98-112.
- Phuangrod, K., & Thongsongyod, S. (2022). Marketing communication factors affecting tourists' perception of service of hotel industries in southern border provinces. *Hatyai Academic Journal*, 20(1), 131-147. **[in Thai]**

- Pilunthanaowat, O. (2006). *Persuasive communication* (6th ed). Bangkok: Chulalongkorn University Press. **[in Thai]**
- PTTOR. (2023). *About me*. Retrieved from <https://www.pttor.com/th/product/commercial/PTT-Station> **[in Thai]**
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sarerat, S. (1998). *Marketing strategy and marketing management*. Bangkok: Theera Film & Scitex. **[in Thai]**
- Schermerhorn, J. R. (2000). *Management* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Silpcharu, T. (2014). *Research and statistical data analysis with SPSS and AMOS* (15th ed). Bangkok: Business R&D General Partnership. **[in Thai]**
- Sirisangchaikun, N. (2013). *Study of the process of consumer acceptance of new products. Case study: Betagro low fat sausage* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**
- Sothanasathean, S. (1990). *Communication with society*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. **[in Thai]**
- Srimungkun, S. (2012). *Learning theory*. Retrieved from <https://www.gotoknow.org/posts/341272>
- Tangpattanakit, J. (2022). Perceived quality, customers' trust, and the transfer of the marketing mix towards generation Y's intentions of online purchasing via Shopee. *Hatyai Academic Journal*, 20(2), 241-258. **[in Thai]**
- Wandee, P. (2002). *Attitude of employees in the maintenance line towards the privatization policy of state enterprises Electricity Generating Authority of Thailand: Case study South Bangkok Power Plant* (Master's thesis). Burapha University, Chonburi. **[in Thai]**
- Wongmontha, S. (1999). *Marketing strategy*. Bangkok: Theera Film & Scitex. **[in Thai]**
- Wongsarase, P. (1983). *Teaching and learning psychology*. Bangkok: Chulalongkorn University. **[in Thai]**

## บทความวิจัย

ผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี  
ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Impact of Implementing Blockchain Technology on Accounting  
Operational Efficiency for Companies Listed on The Stock Exchange of  
Thailand

ศรินันท์ มศรีภูมิ<sup>1\*</sup>, ณัฐวงศ์ พูนพล<sup>2</sup>, และ อนูปงศ์ สุขประเสริฐ<sup>3</sup>

Sirinun Masripoom<sup>1\*</sup>, Nuttavong Poonpool<sup>2</sup>, and Anupong Sukprasert<sup>3</sup>

Received: 3 May 2024

Revised: 17 August 2024

Accepted: 6 September 2024

### Abstract

The purpose of this research was to study the effect of employing blockchain technology on the capability of accounting operations of companies listed on the Thai Stock Exchange. Data for this study was gathered from 106 directors of accounting and finance through questionnaires, with Cronbach's alpha coefficients ranging from 0.700 to 0.833. Statistical analyses such as mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis were used to investigate the data.

The results found that the application of blockchain technology in the context of decentralized network transfers and consensus system consent had an impact on accounting operations efficiency. The results can be used as a guideline for organizations to improve their accounting performance more effectively.

**Keywords:** *Application of Blockchain Technology, Accounting Operational Efficiency, Companies Listed on The Stock Exchange of Thailand*

<sup>1</sup> คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>1</sup> Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

\* ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: 65010951001@msu.ac.th)

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 106 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.700 – 0.833 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ และด้านการยินยอมระบบฉันทามติ มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี โดยผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้องค์กรนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาผลการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี, บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

## บทนำ

การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีประกอบกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ซับซ้อนในปัจจุบัน ทำให้หลายองค์กรต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเข้าสู่ระบบดิจิทัล (Ranglek, Poonpool, & Sudsomboon, 2023) เพื่อพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้สามารถรองรับนวัตกรรมเทคโนโลยีได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้ง Setyowati, Utami, Saragih, and Hendrawan (2022) กล่าวว่า เทคโนโลยีอุตสาหกรรม 4.0 หลายอย่างเริ่มถูกนำมาใช้ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบคลาวด์ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีบล็อกเชน ซึ่งมีประโยชน์อย่างมากทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพมากขึ้น ประกอบกับข้อมูลหรือธุรกรรมทางบัญชีในธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนับเป็นข้อมูลที่มีความเสี่ยงสูงเนื่องจากเป็นข้อมูลทางการเงิน หากถูกโจรกรรมอาจก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมหาศาล ประกอบกับเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีที่นำมาซึ่งความปลอดภัยของข้อมูล (Sincharoonsak & Nakavisute, 2020) เป็นเครือข่ายสำหรับการเก็บข้อมูลแบบกระจายอำนาจ โดยไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง (Finnomena, 2021) โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกจัดเก็บเป็นสำเนาในคอมพิวเตอร์ของแต่ละเครื่องที่เชื่อมโยงกันในเครือข่าย คอมพิวเตอร์เหล่านี้เรียกว่า โหนด (Node) ทำหน้าที่เก็บรักษาฐานข้อมูลเปรียบเสมือนศูนย์ข้อมูลหรือเซิร์ฟเวอร์จำนวนมากที่ไม่มีศูนย์กลางในการควบคุมหรือแทรกแซง ยากต่อการถูกโจมตีจากผู้ไม่ประสงค์ดี จึงทำให้ข้อมูลหรือธุรกรรมต่าง ๆ ที่ถูกบันทึกลงในระบบบล็อกเชนมีความปลอดภัยสูง และด้วยศักยภาพเหล่านี้ เทคโนโลยีบล็อกเชนจึงสามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่การใช้งานในหลากหลายอุตสาหกรรม

มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ในหลายอุตสาหกรรม อาทิ ธุรกิจการเงิน เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างทรัพยากร การบริการและเทคโนโลยี (The Committee on Economics Monetary and Finance, 2022) รวมถึงวิชาชีพบัญชี

โดย Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King (2020) ได้กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาปรับใช้ส่งผลให้การบันทึกบัญชี ตรวจสอบบัญชี ถูกต้องตามที่ควร และทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาปรับใช้เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบด้วย 1) การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ 2) การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และ 3) การยินยอมระบบฉันทามติ เนื่องจากเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีการกระจายข้อมูลผ่านการลงทะเบียนและเข้ารหัส ผู้ใช้สามารถตรวจสอบความถูกต้องและการเคลื่อนไหวของข้อมูลได้ในทันที (Chantabutr, Jaensirisak, & Sawettham, 2021) การผสมผสานเทคโนโลยีบล็อกเชนกับระบบบัญชีช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลบัญชี สอดคล้องกับ Deloitte (2016) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนทำให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ Nguyen, Afifa, and Bui (2023) พบว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพที่ยั่งยืน และระบบบัญชีการจัดการเป็นตัวแปรกลางเชิงบวกสำหรับผลกระทบนี้ รวมถึง Yu, Lin, and Tang (2019) ได้ศึกษาเพิ่มเติมว่า บล็อกเชนสามารถลดข้อผิดพลาดในการเปิดเผยข้อมูลทางบัญชี และลดปัญหาความไม่สมดุลของข้อมูล อีกทั้ง Sincharoonsak and Nakavisute (2020) ยังกล่าวถึงความน่าเชื่อถือที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลบัญชีเมื่อมีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาปรับใช้ ในทำนองเดียวกัน Han, Shiwakoti, Jarvis, Mordi, and Botchie (2023) ได้ศึกษาว่าการนำบล็อกเชนมาประยุกต์ใช้ในการบัญชีและตรวจสอบ สามารถลดความไม่สมดุลของข้อมูลและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย รวมทั้ง Mitrapanont (2020) กล่าวว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนถูกนำมาใช้ในบริษัทขนาดใหญ่และงานด้านการตรวจสอบบัญชี ไม่ว่าจะเป็นบริษัท Ernst & Young ได้พัฒนา “Blockchain Analyzer” ซึ่งช่วยให้ทีมงานด้านตรวจสอบบัญชีสามารถวิเคราะห์การทำธุรกรรมของลูกค้าในบล็อกเชนได้อย่างแม่นยำ โดยเน้นการตรวจสอบด้านสินทรัพย์และหนี้สินของลูกค้า บริษัท KPMG ได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการตรวจสอบและให้บริการทางการเงิน เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในการดำเนินงาน ในขณะเดียวกัน บริษัท PWC ได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาช่วยจัดเก็บเอกสาร และบริษัท Deloitte ได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เป็นแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์สำหรับการเรียกเก็บเงินแบบครบวงจรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี เป็นระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างเต็มความสามารถภายใต้การปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน หรือมาตรฐานการบัญชีตามที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนด เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งการปฏิบัติงานด้านบัญชีที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) ด้านความทันเวลา 2) ด้านความเชื่อถือได้ และ 3) ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานของทั้งตัวบุคคล และองค์กร ดังนั้นการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีจึงส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน (Poonpool, Thawiphrom, Nilniyom, & Mirattanaphrai, 2022; Rungruang, Wangcharoendate, & Poonpool, 2022) กล่าวคือ

เมื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงย่อมทำให้ผลการปฏิบัติงานดีตามมา ทั้งนี้ หากแนวทางปฏิบัติทางบัญชีไม่ถูกต้องตามที่ควร อาจส่งผลโดยตรงต่อการแสดงรายงานทางการเงินหรืองบการเงินที่ไม่ถูกต้อง ทำให้องค์กรหรือผู้ใช้งบการเงินได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นจริง ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้เกี่ยวข้องได้ โดยเฉพาะบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีกฎระเบียบ แนวทาง ที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด (Capital Market Supervisory Board, 2016) และเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป

บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมายถึง บริษัทที่จดทะเบียนเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยปัจจุบัน ก.ล.ต. ได้ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย และสมาคมธนาคารไทย เพื่อผลักดันการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน เป็นหนึ่งในเครื่องมือพื้นฐานสำหรับกำหนดนโยบายการส่งเสริม และพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของประเทศ เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล ตามแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (The Committee on Economics Monetary and Finance, 2022)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีนี้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

## การทบทวนวรรณกรรม

### ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

ตามที่ Freeman (1984) ได้อธิบายว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถือเป็นตัวแทนที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญขององค์กร ซึ่งในการดำเนินงานขององค์กรนั้นมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่ายทั้งลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่งขัน ภาครัฐและชุมชน ทฤษฎีนี้มองว่าบริษัทเป็นศูนย์กลางของความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยแต่ละกลุ่มมีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการดำเนินงานของบริษัท

จากทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อว่า การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้กิจการสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน นำไปสู่การสร้างผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาวขององค์กร ดังนั้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน จึงเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญต่อประสิทธิภาพที่ยั่งยืนขององค์กร (Nguyen et al., 2023) หากองค์กรสามารถดำเนินงานให้เกิดการสร้างมูลค่าร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ จะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร (Chantabutr et al., 2021) ภายใต

เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีการเข้าถึงข้อมูลได้โดยการเก็บข้อมูลแบบกระจายอำนาจ ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายรับทราบข้อมูลแบบเดียวกัน ลดความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล ช่วยเชื่อมต่อและสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างกิจการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย สอดคล้องตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เชื่อว่า การให้ความสำคัญและสร้างความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจะนำไปสู่การดำเนินงานที่ยั่งยืน (Freeman, Wicks, & Parmar, 2004)

### แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ Rungsirinanphon (2022) ได้ให้ความหมายว่า การประยุกต์ใช้ หมายถึง การนำบางสิ่งมาใช้ประโยชน์โดยปรับใช้อย่างเหมาะสม โดย “บางสิ่ง” ที่นำมาใช้นั้นอาจเป็นทฤษฎี หลักการ แนวคิด หรือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และสามารถปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานะที่เฉพาะเจาะจง (Chareonwongsak, 2020) จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การประยุกต์ใช้ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ แนวคิด หรือประสบการณ์มาปรับใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากการศึกษานี้เกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน Han et al. (2023) ได้ให้ความหมายว่า เทคโนโลยีบล็อกเชน หมายถึง เทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วยความเห็นพ้องต้องกัน เพื่อปรับปรุงความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางบัญชี ในขณะที่ Amazon Web Services (2023) อธิบายว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นกลไกฐานข้อมูลขั้นสูงที่เปิดให้มีการแบ่งปันข้อมูลภายในเครือข่าย ข้อมูลเหล่านี้ถูกจัดเก็บในบล็อกที่เชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ โดยข้อมูลจะมีความสอดคล้องกันตามลำดับเวลาและไม่สามารถลบหรือแก้ไขลูกโซ่ได้ หากไม่ได้รับฉันทามติจากเครือข่าย สอดคล้องกับ Smith (2018) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีบัญชีแยกประเภทแบบกระจายศูนย์ที่มีคุณสมบัติโปร่งใส ปลอดภัย และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ข้อมูลในบล็อกเชนจะถูกควบคุมโดยกลไกความเป็นเอกฉันท์ และต้องผ่านการยืนยันจากสมาชิกในเครือข่ายเพื่อป้องกันการปลอมแปลง ข้อดีของบล็อกเชนอยู่ที่ความโปร่งใสในการเข้ารหัสและความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน ซึ่งทำให้ระบบมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน หมายถึง การนำแนวคิดและหลักการของการจัดเก็บข้อมูลแบบกระจายอำนาจ ไม่ขึ้นกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สมาชิกทุกคนได้รับข้อมูลชุดเดียวกัน และใช้ระบบฉันทามติ (Consensus Algorithm) ในการตรวจสอบและยืนยันธุรกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลที่ถูกบันทึกลงในบล็อกจะไม่สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงได้ จึงนำมาซึ่งความปลอดภัยของข้อมูล ประกอบด้วย การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการยินยอมระบบฉันทามติ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** การสังเคราะห์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

ผู้วิจัย (ปี)	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน				
	การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	การยินยอมระบบอัตโนมัติ	ความต่อเนื่องของระบบ	
Han et al. (2023)			/		
Amazon Web Services (2023)	/	/	/		
Bitkub (2023)	/		/		
Peerapan (2022)	/	/	/		
Digital Development Government Agency (2021)		/		/	
Setyowati et al. (2022)	/				
Bank of Thailand (2021)	/		/		
Rodwana (2021)			/	/	
Chantabutr et al. (2021)	/	/			
Boonchaou (2020)	/				
Leemakdej (2019)	/	/			
Vijai, Elayaraja, Suriyalakshmi, and Joyce (2019)	/				
Smith (2018)	/		/		
<b>รวม</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	

จากตารางที่ 1 แสดงถึงการศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนหลายด้าน แต่มี 3 ด้านที่มีการกล่าวถึงมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ 2) ด้านการยินยอมระบบอัตโนมัติ และ 3) ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกประเด็นสำคัญ และเป็นประโยชน์มากที่สุด 3 อันดับแรก มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี มีงานวิจัยของ Junthakun (2020) ให้ความหมายไว้ว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่มุ่งผลสำเร็จที่ได้จากการดำเนินงานด้านบัญชีจนบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเจริญเติบโตขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Srimanoon, 2018) โดยที่การปฏิบัติงานต้องเป็นไปตามมาตรฐาน กฎระเบียบ และข้อบังคับ สามารถ

ตรวจสอบความถูกต้องได้ ทันเวลา (Pantucha, 2020) และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องได้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี หมายถึง ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ภายใต้การปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน หรือมาตรฐานการบัญชีตามที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนด เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา เชื่อถือได้ และสามารถตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียรวมทั้งผู้บริหารใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านความทันเวลา ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** การสังเคราะห์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี

ผู้วิจัย (ปี)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี						
	ความถูกต้อง	ความทันเวลา	ความเชื่อถือได้	ความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง	กระบวนการปฏิบัติงาน	คุณภาพงาน	ความสำเร็จของงาน
Upradit (2023)	/	/	/	/	/	/	/
Thasedom (2021)	/	/	/	/	/	/	/
Khlaysri and Sukkawattanasin (2021)	/	/	/	/	/	/	/
Kannasorn and Penvutikul (2021)	/	/	/	/	/	/	/
Pansophon, Sudsomboon, and Prachsriphum (2020)	/	/	/	/	/	/	/
Usaphom, Pongsart, and Promrat (2021)	/	/	/	/	/	/	/
Junthakun (2020)	/	/	/	/	/	/	/
Pantucha (2020)	/	/	/	/	/	/	/
Paholtap, Chaveerug, and Ninlaphay (2018)	/	/	/	/	/	/	/
Emarat (2018)	/	/	/	/	/	/	/
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>

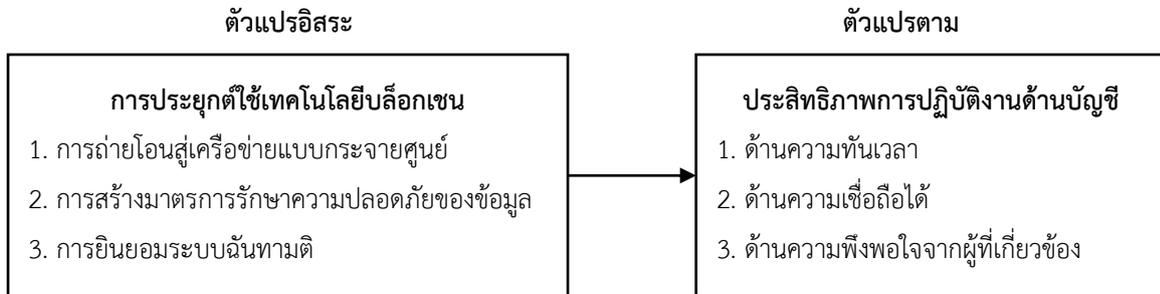
จากตารางที่ 2 แสดงถึงการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีหลายด้าน แต่มี 3 ด้านที่มีการกล่าวถึงมากที่สุดได้แก่ 1) ด้านความทันเวลา 2) ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง และ 3) ด้านความเชื่อถือได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกประเด็นสำคัญ และเป็นประโยชน์มากที่สุด 3 อันดับแรก มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี โดยการศึกษาของ Han et al. (2023) ซึ่งได้วิเคราะห์การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนและปัญญาประดิษฐ์ในงานบัญชีและการตรวจสอบ พบว่า การบันทึกข้อมูลทางบัญชีด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชนสามารถสร้างระบบการตรวจสอบร่วมกัน โดยใช้ทฤษฎีตัวแทนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่ออธิบายว่าเทคโนโลยีนี้ช่วยลดความไม่สมดุลของข้อมูล และรวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ผลการศึกษาของ Nguyen et al. (2023) เกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนและประสิทธิภาพที่ยั่งยืนในระบบบัญชีการจัดการยังชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพที่ยั่งยืน โดยระบบบัญชีการจัดการเป็นตัวแปรกลางที่ส่งเสริมผลกระทบนี้ ในทำนองเดียวกัน Yu et al. (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บล็อกเชนในการบัญชีการเงิน พบว่า เทคโนโลยีนี้ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการบัญชีการเงิน โดยสามารถใช้เป็นแพลตฟอร์มในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ซึ่งช่วยแก้ไขปัญหาคาความไว้วางใจของนักลงทุน นอกจากนี้เทคโนโลยีบล็อกเชนยังมีศักยภาพในการลดข้อผิดพลาดในการเปิดเผยข้อมูลและการจัดการรายได้ ช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูลทางบัญชี และลดความไม่สมดุลของข้อมูล สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sincharoonsak and Nakavisute (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของบล็อกเชนที่มีต่อความปลอดภัยของข้อมูลบัญชี พบว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความปลอดภัยให้กับข้อมูลทางบัญชี โดยช่วยป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรม สามารถผสมผสานเข้ากับระบบบัญชี รวมถึง Bellucci, Bianchi, and Manetti (2022) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนในทางปฏิบัติทางบัญชีและการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ประโยชน์ของบล็อกเชนที่ไม่สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่บันทึกได้ ทำให้เป็นเครื่องมือที่นักบัญชีและผู้ตรวจสอบบัญชีต้องการ นอกจากนี้ยังช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความโปร่งใสของข้อมูล การศึกษาของ Vijai et al. (2019) ยังเสริมว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาในภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะการบัญชี สามารถเปลี่ยนแปลงการบัญชีแบบดั้งเดิมให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย และโปร่งใสมากขึ้น โดยทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลทางบัญชีได้ในรูปแบบบัญชีแยกประเภทดิจิทัลที่บันทึกธุรกรรมตามลำดับเวลา ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับประโยชน์อย่างมากจากการลดลงของต้นทุนการทำธุรกรรมที่รวดเร็ว แม่นยำ และมีความโปร่งใสของกระบวนการทางบัญชีทั้งหมด ดังนั้นบล็อกเชนจึงเป็นเทคโนโลยีใหม่สำหรับการบัญชีและกำลังพัฒนาทั่วโลกในอนาคตอันใกล้ อีกทั้ง Faccia, Pandey, and Banha (2022) ยังได้ยืนยันถึงประโยชน์ของคุณสมบัติของบล็อกเชนเกี่ยวกับการลงทะเบียนแบบกระจายอำนาจมีประโยชน์อย่างมากกับการบัญชี ช่วยลดความเสี่ยงของข้อผิดพลาด โดยเฉพาะข้อผิดพลาดจากมนุษย์ ลดการฉ้อโกงหรือการทุจริต และทำให้ระบบบัญชีเป็นอัตโนมัติ ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงิน

**กรอบแนวคิดการวิจัย**

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นตัวแปรอิสระ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดการวิจัยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี  
ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

**สมมติฐานการวิจัย**

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และด้านการยินยอมระบบฉันทามติ มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 892 คน (The Stock Exchange of Thailand, 2023) โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 269 คน แต่ผู้วิจัยสนใจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อให้ผลลัพธ์งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ (คน)
1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	78	35	5
2. สินค้าอุปโภคบริโภค	59	27	9
3. ธุรกิจการเงิน	81	36	15

### ตารางที่ 3 (ต่อ)

กลุ่มอุตสาหกรรม	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์
	(คน)	(คน)	(คน)
4. สินค้าอุตสาหกรรม	136	61	24
5. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	208	93	16
6. ทรัพยากร	81	36	11
7. บริการ	186	84	14
8. เทคโนโลยี	63	28	12
รวม	892	400	106

#### เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการ และจำนวนพนักงาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 14 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ 2) การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และ 3) การยินยอมระบบฉันทามติ มีการใช้มาตรการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 13 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหา ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความทันเวลา 2) ด้านความเชื่อถือได้ และ 3) ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง มีการใช้มาตรการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (Srisa-ard, 2013)

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยการทดสอบค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.423 - 0.866 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.539 - 0.766 สอดคล้องกับ Tayraukham (2009) กล่าวว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพดีมาก และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเป็นรายด้าน

โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.700 - 0.883 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.813 - 0.877 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) กล่าวว่า ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่ามีคุณภาพ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น

ตัวแปร	ค่าความเที่ยงตรง ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น Cronbach Alpha
<b>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน</b>		
ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	0.658 - 0.866	0.861
ด้านการสร้างมาตรการการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.425 - 0.810	0.883
ด้านการยินยอมระบบอัตโนมัติ	0.423 - 0.675	0.700
<b>ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี</b>		
ด้านความทันเวลา	0.670 - 0.775	0.877
ด้านความเชื่อถือได้	0.539 - 0.766	0.856
ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	0.617 - 0.682	0.813

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 400 ฉบับ เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 60 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งหมด 108 ฉบับ ได้สำรวจความครบถ้วนของเนื้อหาปรากฏว่ามีแบบสอบถามเนื้อหาไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 2 ฉบับ จึงได้ตัดแบบสอบถามออก ส่งผลให้มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 106 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 26.5 สอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ที่กล่าวว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

### ผลการวิจัย

ผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สรุปผลการวิจัยดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 79.25 มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 88.68 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 36 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.38

สำหรับระดับการศึกษา ผู้ตอบส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 49.06 เมื่อพิจารณา  
ด้านประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20  
ปี คิดเป็นร้อยละ 88.68 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 16 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ  
9.43

## 2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
เป็นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 22.64 รองลงมา คือ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง คิดเป็นร้อย  
ละ 15.09 ในส่วนของทุนจดทะเบียนพบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 100,000,001 -  
150,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.60 และกลุ่มที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 150,000,000 บาท คิดเป็น  
ร้อยละ 30.19 สำหรับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า บริษัทส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 20 ปี  
คิดเป็นร้อยละ 81.13 ส่วนบริษัทที่ดำเนินธุรกิจมา 16 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.04 ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อปี  
ของกิจการ พบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 500,000,001 - 1,000,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ  
53.77 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 1,000,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.02 และบริษัทส่วนใหญ่มี  
จำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 151 - 500 คน คิดเป็นร้อยละ 68.87 และกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 500  
คน คิดเป็นร้อยละ 20.75

## 3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

**ตารางที่ 5** ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนโดยรวม และรายด้านของบริษัทในตลาด  
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ ความเห็น
1. ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	4.11	0.70	มาก
2. ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	4.05	0.58	มาก
3. ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ	3.84	0.52	มาก
โดยรวม	4.00	0.60	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
มีความเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. =  
0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้  
ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.70) ด้านการสร้างมาตรการรักษาความ  
ปลอดภัยของข้อมูล ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.58) และด้านการยินยอมระบบฉันทามติ ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.52)

#### 4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยรวม และรายด้านของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความทันเวลา	4.10	0.64	มาก
2. ด้านความเชื่อถือได้	4.08	0.71	มาก
3. ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	4.06	0.19	มาก
โดยรวม	4.08	0.51	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความทันเวลา ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.64) ด้านความเชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.71) และด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = 0.19)

#### 5. ผลการวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี	การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	การยินยอมระบบฉันทามติ	VIFs
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี	-	0.724*	0.708*	0.796*	
การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์		-	0.767*	0.688*	2.572
การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล			-	0.769*	3.323
การยินยอมระบบฉันทามติ				-	2.599

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 7 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 2.572 – 3.323 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006) ข้อมูลดังกล่าวจึงเหมาะกับการวิเคราะห์สมการถดถอยในลำดับต่อไป

**ตารางที่ 8** การวิเคราะห์สมการถดถอยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	p-value
	ด้านบัญชี (APE)			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.234	0.195	6.338	0.000*
ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	0.204	0.057	3.559	0.001*
ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.041	0.079	0.513	0.609
ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ	0.479	0.078	6.133	0.000*

R = 0.833, F = 77.068, p > 0.0001, Adj R<sup>2</sup> = 0.685

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอย ผลปรากฏดังนี้

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.204 (sig. = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.041 (sig. = 0.609) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.479 (sig. = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน สามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีได้ร้อยละ 68.5 (Adj R<sup>2</sup> = 0.685)

## 6. ผลการวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นรายด้าน

ตารางที่ 9 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีด้านความทันเวลาของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความทันเวลา (TL)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.188	0.279	0.675	0.501
ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	0.330	0.082	4.006	0.000*
ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.547	0.112	4.879	0.000*
ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ	0.112	0.113	0.986	0.326

F = 71.783 p > 0.0001 Adj R<sup>2</sup> = 0.669

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 9 พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ และด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความทันเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ ไม่มีผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความทันเวลา

โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน สามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีได้ร้อยละ 66.9 (Adj R<sup>2</sup> = 0.669)

**ตารางที่ 10** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความเชื่อถือได้ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	p-value
	ด้านบัญชี ด้านความเชื่อถือได้ (RBT)			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.037	0.349	0.107	0.915
ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	0.280	0.103	2.714	0.008*
ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.024	0.142	0.169	0.866
ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ	0.748	0.140	5.332	0.000*

F = 50.166 p > 0.0001 Adj R<sup>2</sup> = 0.584

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 10 พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ และด้านการยินยอมระบบฉันทามติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความเชื่อถือได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความเชื่อถือได้

โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน สามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีได้ร้อยละ 58.4 (Adj R<sup>2</sup> = 0.584)

**ตารางที่ 11** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	p-value
	ด้านบัญชี ด้านความพึงพอใจ			
	จากผู้ที่เกี่ยวข้อง (RIP)			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาด		
	ถดถอย	เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	3.550	0.139	25.571	0.000*
ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์	0.003	0.041	0.085	0.932
ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.014	0.056	0.251	0.803
ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ	0.143	0.056	2.566	0.012*

F = 5.038 p = 0.003 Adj R<sup>2</sup> = 0.103

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ และด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน สามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีได้ร้อยละ 10.3 ( $Adj R^2 = 0.103$ )

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาผลกระทบระหว่างการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยรวมและรายด้าน 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความทันเวลา เนื่องจาก เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ช่วยให้การประมวลผลและการบันทึกธุรกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ไม่ต้องพึ่งพาการตรวจสอบหรืออนุมัติจากศูนย์กลางเพียงจุดเดียว ถือเป็นข้อได้เปรียบสำคัญที่ช่วยให้การปฏิบัติงานด้านบัญชีสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในทุกขั้นตอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Faccia et al. (2022) พบว่า คุณสมบัติของบล็อกเชนเกี่ยวกับการลงทะเบียนแบบกระจายอำนาจมีประโยชน์อย่างมากต่อการปฏิบัติงานด้านบัญชี ช่วยลดความเสี่ยงของข้อผิดพลาด ลดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้ระบบบัญชีทำงานอัตโนมัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านความเชื่อถือได้ เนื่องจาก เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ทำให้ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงข้อมูลได้แบบเรียลไทม์ ข้อมูลที่ถูกบันทึกในเครือข่ายจะไม่สามารถแก้ไขหรือซ่อนเร้นได้ ด้วยเหตุที่ว่าข้อมูลถูกจัดเก็บเป็นสำเนาของคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องในเครือข่าย ทำให้การโจมตีจากภายนอกหรือการพยายามเปลี่ยนแปลงข้อมูลจึงทำได้ยากขึ้น การจัดการความปลอดภัยที่แข็งแกร่งนี้ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดการฉ้อโกงหรือการบิดเบือนข้อมูล ทำให้ข้อมูลทางบัญชีมีความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bellucci et al. (2022) พบว่า ความสามารถในการปกป้องข้อมูลจากการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงในระบบบล็อกเชนช่วยเสริมสร้างความเชื่อถือและความถูกต้องของรายงานทางการเงิน ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถมั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้อย่างแท้จริง หากองค์กรสามารถดำเนินงานให้เกิดการสร้างมูลค่าร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ จะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร (Chantabutr et al., 2021) ภายใต้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีการเข้าถึงข้อมูลได้ โดยการเก็บข้อมูลแบบกระจายอำนาจทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายรับทราบข้อมูลแบบเดียวกัน ถือเป็น การสร้างมูลค่าร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เชื่อว่า ผู้บริหารต้อง

สร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ขององค์กร ซึ่งเป็นผู้มีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ นโยบาย รวมถึงการปฏิบัติงานขององค์กร (Freeman, 1984)

ในขณะที่การถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ไม่ส่งผลกระทบต่อด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ของบล็อกเชนมีลักษณะที่แตกต่างจากระบบศูนย์กลาง ซึ่งการกระจายอำนาจนี้อาจทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มไม่เห็นด้วยในเรื่องของความซับซ้อนและความยากในการแก้ไขข้อผิดพลาด เมื่อเทียบกับระบบแบบศูนย์กลาง นอกจากนี้ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและกฎระเบียบ ด้วยเหตุที่บล็อกเชนแบบกระจายศูนย์ยังเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่และมีความซับซ้อน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่ม เช่น ธนาคารหรือองค์กรการเงิน อาจไม่สบายใจเพราะยังไม่มีการทำกับดูแลจากภาครัฐที่ชัดเจน ทำให้รู้สึกไม่มั่นคงทางกฎหมายหรือการดำเนินงาน สอดคล้องกับ Nordgren, Wartikainen, and Lehner (2019) กล่าวว่า การขาดความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีบล็อกเชน ทำให้ผู้ใช้เข้าใจคุณค่าและประโยชน์ที่แท้จริงของบล็อกเชนได้ยาก ซึ่งความไม่คุ้นเคยนี้ยังส่งผลให้เกิดประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อผู้ใช้งาน และกลายเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีบล็อกเชน

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยรวม และรายด้าน 1 ด้าน คือ ด้านความทันเวลา เนื่องจากการบันทึกข้อมูลในบล็อกเชนแบบเรียลไทม์ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและสร้างรายงานได้ทันที โดยไม่ต้องรอการรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง ซึ่งช่วยลดเวลาในการบันทึกและสรุปข้อมูล ทำให้การทำบัญชีมีความทันเวลาและแม่นยำมากขึ้น สอดคล้องกับ Maiti, Kotliarov, and Lipatnikov (2021) พบว่าเทคโนโลยีบล็อกเชนมีความสามารถในการทำให้กระบวนการทางบัญชีเป็นไปโดยอัตโนมัติ ข้อมูลทุกอย่างในบล็อกเชนจะถูกบันทึกแบบเรียลไทม์ ซึ่งหมายความว่าบริษัทหรือองค์กรสามารถเข้าถึงข้อมูลทางบัญชีได้อย่างทันทีและถูกต้อง โดยไม่ต้องรอการปิดบัญชีหรือกระบวนการตรวจสอบที่ยุ่งยาก ในขณะที่การสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลไม่ส่งผลกระทบต่อด้านความเชื่อถือได้ และด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากมาตรการรักษาความปลอดภัยบางอย่างอาจทำให้ระบบมีความซับซ้อนมากขึ้น เช่น การจัดการรหัสส่วนตัวหรือการใช้เทคนิคการเข้ารหัสที่มีความยุ่งยาก ซึ่งอาจทำให้การใช้งานไม่สะดวกสำหรับผู้ใช้ และหากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่เข้าใจหรือไม่เห็นความสำคัญของมาตรการรักษาความปลอดภัย อาจทำให้เกิดความกังวลในเรื่องของความน่าเชื่อถือของระบบ ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาจมีความกังวลเกี่ยวกับการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยในบล็อกเชนและอาจมองหาแนวทางอื่นที่สามารถจัดการกับความเสียด้านความปลอดภัยได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อความสะดวกในการใช้งานและประสิทธิภาพของระบบ สอดคล้องกับ Somnual and Adsakul (2024) กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้จะต้องอาศัยระยะเวลาและใช้เงินลงทุนสูงในการวางระบบใหม่ เนื่องจากองค์กรของรัฐยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ อาทิ เจ้าหน้าที่ขาดความพร้อม หน่วยงานมีงบประมาณจำกัด และกฎหมายลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ที่ยังไม่รองรับ

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านการยินยอมระบบฉันทามติ มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยรวม และรายด้าน 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความเชื่อถือได้ 2) ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการยินยอมระบบฉันทามติช่วยให้การทำธุรกรรมหรือข้อมูลบนบล็อกเชนได้รับการตรวจสอบและยืนยันอย่างถูกต้อง ส่งผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมั่นใจในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ถูกจัดเก็บ สอดคล้องกับ Rangaphuti (2019) พบว่า กระบวนการแฮชและระบบฉันทามติเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำให้บล็อกเชนมีความปลอดภัยและถูกต้อง อีกทั้ง Sampaothong and Punyawattoe (2024) กล่าวว่า บล็อกเชนทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น รวมถึง Han et al. (2023) ยังระบุว่า การบันทึกข้อมูลทางบัญชีด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชนสามารถให้ข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบยืนยัน และตกลงร่วมกัน ซึ่งกระบวนการนี้ขับเคลื่อนด้วยความเป็นเอกฉันท์ โดยสรุปแล้ว ระบบฉันทามติในบล็อกเชนส่งเสริมความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น เนื่องจากการตรวจสอบที่โปร่งใสและยุติธรรมในกระบวนการปฏิบัติงานทำให้ผู้ใช้ไว้วางใจซึ่งกันและกันได้แม้ไม่รู้จักรักกัน อีกทั้งยังช่วยเชื่อมโยงและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ตระหนักรู้ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เชื่อว่าการให้ความสำคัญและสร้างความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจะนำไปสู่การดำเนินงานที่ยั่งยืน (Freeman et al., 2004) ในขณะที่การยินยอมระบบฉันทามติไม่ส่งผลกระทบต่อด้านความทันเวลา เนื่องจากการพยายามให้ทุกฝ่ายเห็นพ้องต้องกันมักใช้ระยะเวลานาน เพราะต้องรับฟังความคิดเห็นของทุกคนและหาข้อสรุปที่ทุกฝ่ายยอมรับได้ กระบวนการนี้อาจส่งผลให้การตัดสินใจล่าช้าและไม่ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับ Sukjumroen, Kitisin, and Srisathapornpat (2024) พบว่า การบันทึกข้อมูลลงบล็อกเชนใช้เวลามากกว่าการอ่านข้อมูลจากบล็อกเชน เนื่องจากการบันทึกข้อมูลลงบล็อกเชนจะต้องมีขั้นตอนและกระบวนการในการตรวจสอบความถูกต้องก่อนบันทึกข้อมูลลงบล็อกเชน อย่างไรก็ตาม การอ่านข้อมูลจากบล็อกเชนใช้เวลาน้อยกว่าการอ่านจากฐานข้อมูลแบบรวมศูนย์ เมื่อทำการทดสอบเพื่อวัดปริมาณธุรกรรมสูงสุดที่บล็อกเชนสามารถรองรับได้ใน 1 วินาที พบว่า ระบบสามารถรองรับการทำธุรกรรมเฉลี่ย 116.443 รายการต่อวินาที เนื่องจาก การเข้าถึงข้อมูลในระบบบล็อกเชนสามารถทำได้โดยตรงจากเครื่องของสมาชิกเองทันทีโดยไม่ต้องส่งคำขอผ่านตัวกลาง

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรให้ความสำคัญกับการมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีบล็อกเชน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ผ่านคนกลาง เพื่อตอบโจทย์การทำธุรกรรมได้สะดวก รวดเร็ว ส่งผลให้รายการทางบัญชีต่าง ๆ ถูกบันทึกพร้อมกันระหว่างคู่ค้าทั้งสองฝ่ายและสามารถแชร์ข้อมูลบัญชีได้แบบทันที

2. ควรให้ความสำคัญกับการถ่ายโอนสู่เครือข่ายแบบกระจายศูนย์ โดยมีการปฏิบัติงานที่สามารถส่งข้อมูล และจัดการเครือข่ายระบบเทคโนโลยีบล็อกเชนทางบัญชี และการส่งผ่านเพิ่มข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้หรือสมาชิกในเครือข่ายบล็อกเชนไปบันทึกไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างทันถ่วงที

3. ควรให้ความสำคัญกับการยินยอมระบบฉันทามติ โดยการเรียนรู้ระบบและกลไกของบล็อกเชนเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการทางบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี โดยใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างอื่น และเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสอบถามแบบเชิงลึก ซึ่งจะช่วยให้งานวิจัยมีหลากหลายมากขึ้น และตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด

2. ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี เช่น ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ด้านระบบสารสนเทศทางบัญชี

3. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้องค์กรสามารถนำปัญหาและอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขให้ตรงประเด็น

#### เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Amazon Web Services. (2023). *What is blockchain technology?*. Retrieved from <https://aws.amazon.com/th/what-is/blockchain/> [in Thai]

Bank of Thailand. (2021). *Guidelines for the use of blockchain technology in financial services*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/fipcs/documents/FOG/2564/ThaiPDF/25640101.pdf> [in Thai]

Bellucci, M., Bianchi, D. C., & Manetti, G. (2022). Blockchain in accounting practice and research: Systematic literature review. *Meditari Accountancy Research*, 30(7), 121-146.

Bitkub. (2023). *What are the advantages and limitations of blockchain technology*. Retrieved from <https://www.bitkub.com/th/blog/blockchain-142baeb2db28> [in Thai]

Black, K. (2006). *Business statistics: For contemporary decision making* (4th ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Boonchaay, N. (2020). The age of disruptive technology and the development of innovative accountants. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 3(1), 15-26. [in Thai]
- Capital Market Supervisory Board. (2016). *Announcement of the capital market supervisory board no. 39/2016 subject: Application for permission and authorization to offer newly issued shares* (Processed version). Retrieved from <https://www.sec.or.th/TH/Documents/Share/7079s.pdf> [in Thai]
- Chantabutr, P., Jaensirisak, S., & Sawettham, A. (2021). Blockchain technology: Concept and its implications for accounting, auditing and supply chain management. *Journal of Accounting Profession*, 17(56), 75-93. [in Thai]
- Chareonwongsak, K. (2020). *Applicative thinking* (7th ed.). Bangkok: Success Media. [in Thai]
- Deloitte. (2016). *Blockchain technology A game-changer in accounting?*. Retrieved from [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Innovation/Blockchain\\_A%20game-changer%20in%20accounting.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Innovation/Blockchain_A%20game-changer%20in%20accounting.pdf)
- Digital Development Government Agency. (2021). *Blockchain for government services use of blockchain technology for the public sector*. Retrieved from <https://www.dga.or.th/document-sharing/dga-e-book/annual-blockchain/47115/> [in Thai]
- Emarat, S. (2018). *The relationships between accounting practice planning and accounting efficiency of the college under the office of vocational education commission* (Master's thesis). Mahasarakham University, Mahasarakham. [in Thai]
- Faccia, A., Pandey, V., & Banha, C. (2022). Is permissioned blockchain the key to support the external audit shift to an entirely open innovation paradigm. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(85), 1-22.
- Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King. (2020). *When an accountant encounters blockchain how to modify it?*. Retrieved from <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/124251> [in Thai]
- Finnomena. (2021). *Why organizations should use it blockchain?*. Retrieved from <https://www.finnomena.com/bitkub/blockchain-corporate/> [in Thai]
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: Stakeholders approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder theory and the corporate objective revisited. *Organization Science*, 15(3), 364–369.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Han, H., Shiwakoti, R. K., Jarvis, R., Mordi, C., & Botchie, D. (2023). Accounting and auditing with blockchain technology and artificial intelligence: A literature review. *International Journal of Accounting Information Systems*, 48, 1-16.
- Junthakun, W. (2020). *Effect of quality accountant skills on work efficiency of accountants as sub-district administrative organization in Northeastern of Thailand* (Master's thesis). Mahasarakham University, Mahasarakham. [in Thai]
- Kannasorn, S., & Penvutikul, P. (2021). Professional values and code of ethics affecting the success of accountants in the central Thailand. *Sisaket Rajabhat University Journal*, 15(2), 1-18. [in Thai]
- Khlaysri, C., & Sukkawattanasin, K. (2021). Technology and information innovation affect the accounting personnel development of the organization and the accounting work efficiency of the bookkeepers in Bangkok metropolitan region. *Journal of MCU Nakhondhat*, 8(8), 105-119. [in Thai]
- Leemakdej, A. (2019). The evolution of Thai commercial banks: From abacus to blockchain. *PAAT Journal*, 1(1), 7-21. [in Thai]
- Maiti, M., Kotliarov I., & Lipatnikov, V. (2021). A future triple entry accounting framework using blockchain technology. *Blockchain: Research and Applications*, 2(4), 1-8.
- Mitrapanont, K. (2020). *Summary of the key points from the discussion of auditor's challenge with AI and blockchain technology part 1*. Retrieved from <https://www.tfac.or.th/en/Article/Detail/124106> [in Thai]
- Nguyen, N. M., Afifa. M. A., & Bui. V. D. (2023). Blockchain technology and sustainable performance: Moderated-mediating model with management accounting system and digital transformation. *Environment, Development and Sustainability*, 26(8), 1-23.
- Nordgren, E., Wartikainen, M., & Lehner, O. M. (2019). Blockchain in the fields of finance and accounting: A disruptive technology or an overhyped phenomenon. *Journal of Finance and Risk*, 8, 47-58.

- Paholtap, A., Chaveerug, A., & Ninlaphay, S. (2018). Relationships between modern accounting knowledge and accounting practice efficiency of accountant and supply officers at Rajamangala University of Technology. *Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University*, 5(2), 313-330. **[in Thai]**
- Pansophon, W., Sudsomboon, S., & Prachsriphum, S. (2020). Effects of best accounting learning on job efficiency of bookkeepers in the Northeast. *Journal of Accountancy and Management*, 12(2), 184-193. **[in Thai]**
- Pantucha, N. (2020). *Effects of tax system and e-documents success on accounting operational efficiency of electronic tax registrants* (Master's thesis). Mahasarakham University, Mahasarakham. **[in Thai]**
- Peerapan, P. (2022). Blockchain technology concept and application to emergency medical fund payment work to support subsidize or compensate for land emergency operations. *Journal of Emergency Medical Services of Thailand*, 2(2), 214-224. **[in Thai]**
- Poonpool, N., Thawiphrom, R., Nilniyom, N., & Mirattanaphrai, P. (2022). The effect of professional development on career success perception of accountant in agricultural cooperatives in the Northeast of Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 14(3), 1–17. **[in Thai]**
- Rangaphuti, C. (2019). *The development of accounting verification process in digital currency transactions with blockchain technology affecting towards the acceptance of small and medium business entrepreneurs in Thailand* (Research report). Bangkok: Sripatum University. **[in Thai]**
- Ranglek, C., Poonpool. N., & Sudsomboon, S. (2023). The impact of proactive digital accounting support on modern product creativity and firm sustainability: An empirical evidence of exporting businesses in Thailand. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(8), 421-438. **[in Thai]**
- Rodwana, P. (2021). *What a modern accountant should know part1 fundamentals of blockchain technology*. Retrieved from <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/135089> **[in Thai]**

- Rungruang, P., Wangcharoendate, S., & Poonpool, N. (2022). The influences of strategic management accounting effectiveness and operational quality of Thai-listed companies. *Hatyai Academic Journal*, 20(2), 259-278. [in Thai]
- Rungsirinaphon, O. (2022). *What is applicative thinking*. Retrieved from [https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Thinking\\_Applicative.htm](https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Thinking_Applicative.htm) [in Thai]
- Sampaonthong, S., & Punyawattoe, P. (2024). The application of blockchain technology with Unmanned Aerial Vehicles (UAVs) for plant protection in Thailand. *Journal of Arts Management*, 8(2), 459-478. [in Thai]
- Setyowati, M. S., Utami, N. D., Saragih, A. H., & Hendrawan, A. (2022). Strategic factors in implementing blockchain technology in Indonesia's value-added tax system. *Technology in Society*, 72, 1-12.
- Sincharoonsak, T., & Nakavisute, I. (2020). Effect of blockchain on accounting information security. *Journal of MCU Nakhondhat*, 7(5), 1-11. [in Thai]
- Smith, S. S. (2018). Blockchain augmented audit-benefits and challenges for accounting professionals. *The Journal of Theoretical Accounting Research*, 14, 117-137.
- Somnual, S., & Adsakul, S. (2024). "Blockchain" for preventing the corruption in the procurement of Thai state electricity enterprise. *Journal of Social Sciences and Humanities Kasetsart University*, 50(1), 33-46. [in Thai]
- Srimanoon, I. (2018). Relationships between modern accounting expertise and practice efficiency of accountant of local administration in Northeastern of Thailand (Master's thesis). Mahasarakham University, Mahasarakham. [in Thai]
- Srisa-ard, B. (2013). *Statistical methods for research* (5th ed.). Bangkok: Suweeriyasan. [in Thai]
- Sukjumroen, P., Kitisin, S., & Srisathapornpat, C. (2024). Blockchain-based election system for Ministry of Finance. *ECTI Transaction on Application Research and Development*, 4(1), 29-40. [in Thai]
- Tayraukham, S. (2009). *Research methodologies for the humanities and social sciences* (8th ed.). Mahasarakham: Mahasarakham University. [in Thai]
- Thasedom, T. (2021). Reliability of audit and financial reporting quality of the certified public accountants in Thailand. *Academic Journal of Buriram Rajabhat University*, 13(2), 83-101. [in Thai]

- The Committee on Economics Monetary and Finance. (2022). *What you need to know about digital assets*. Retrieved from [https://www.senate.go.th/assets/portals/145/fileups/221/files/รายงานการศึกษา%20DA%20\(ฉบับออกแบบ\).pdf](https://www.senate.go.th/assets/portals/145/fileups/221/files/รายงานการศึกษา%20DA%20(ฉบับออกแบบ).pdf) [in Thai]
- The Stock Exchange of Thailand. (2023). *List of listed companies*. Retrieved from <https://www.set.or.th/th/market/get-quote/stock/> [in Thai]
- Upadit, A. (2023). Internal control systems affecting bookkeepers' performance in accounting firms, Lampang Province. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 6(1), 138-153. [in Thai]
- Usaphom, K., Pongsart, G., & Promrat, P. (2021). Accounting competency according to the KUSA model affecting accounting performance efficiency of community hospital staffs in Health Area 7. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 15(1), 174-187. [in Thai]
- Vijai, C., Elayaraja, M., Suriyalakshmi, S. M., & Joyce, D. (2019). The blockchain technology and modern ledgers through blockchain accounting. *Adalya Journal*, 8(12), 545-557.
- Yu, T., Lin, Z., & Tang, Q. (2019). Blockchain: The introduction and its application in financial accounting. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 29(4), 37-47.

## บทความวิจัย

ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จ  
ในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ

The Effects of Government Financial and Accounting Risk Management on  
Operational Achievement of Public Higher of Education Institutions

นายิกา ทองเสมอ<sup>1\*</sup>, ณัฐวงศ์ พูนพล<sup>1</sup>, และ ธัญญธร ศรีวิเชียร<sup>1</sup>

Nayika Tongsamet<sup>1\*</sup>, Nuttavong Poonpool<sup>1</sup>, and Tanyatorn Srivachian<sup>1</sup>

Received: 29 April 2024

Revised: 5 September 2024

Accepted: 9 September 2024

### Abstract

The purpose of this research is to study the impact of managing government financial and accounting risks on public higher education institutions' operational accomplishments. Data were collected from a sample of 456 administrators in public higher education institutions under the Ministry of Higher Education, Science, Research, and Innovation. A questionnaire was used as the data collection instrument, with Cronbach's alpha coefficients ranging from 0.800 to 0.931. Data were analyzed using descriptive statistics, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The results showed that 1) integrated risk management had relationships and positive effects on the overall operational achievement regarding decreasing chances of operational loss, and protection for damage of resources; 2) corporate governance monitoring and controlling had relationships and positive effects on the overall operational achievement regarding decreasing chances of operational loss, protection for damage of resource, and confident of operational; and 3) risk workload determination, information application, and continuous improvement had relationships and positive effects on the overall operational

<sup>1</sup> คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>1</sup> Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

\* ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: 62010980003@msu.ac.th)

achievement as well as all aspects of incomes. The benefits of this research was that comprehensive and integrated risk management could increase efficiency and reduce risk.

**Keywords:** *Government Financial and Accounting Risk Management, Operational Achievement, Public Higher of Education Institutions*

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐระดับมหาวิทยาลัย ในสังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวน 456 คน โดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.880 – 0.931 วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานและด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร 2) ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร และด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน และ 3) ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมและรายด้านทุกด้าน ประโยชน์ของงานวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมและบูรณาการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงได้

**คำสำคัญ:** *การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ, ความสำเร็จในการดำเนินงาน, สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ*

## บทนำ

กระทรวงการคลังได้ประกาศหลักเกณฑ์ว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2562 อ้างถึงหนังสือเลขที่ กค.0509.3/ว.36 ลงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 เรื่อง แนวทางการบริหารความเสี่ยงสำหรับหน่วยงานของรัฐ เรื่อง หลักการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรโดยหลักเกณฑ์ปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงสำหรับหน่วยงานของรัฐ ข้อ 3 กำหนดให้หน่วยงานของรัฐยกเว้นรัฐวิสาหกิจถือปฏิบัติตามคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงตามที่กระทรวงการคลังกำหนด โดยในปี พ.ศ. 2564 เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ รวมถึงยกระดับ

การบริหารความเสี่ยงของฝ่ายบริหารให้สามารถเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Ministry of Finance, 2021)

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐยังคงส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตามหนังสือราชการ ที่ กค (กวจ) 0405.4/ว41 จากคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างและการเร่งรัดการใช้จ่ายเงินงบประมาณ พ.ศ. 2567 อ้างถึงคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (คณะกรรมการวินิจฉัย) พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้หน่วยรับงบประมาณมีแนวทางปฏิบัติในการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างและเป็นการเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณและการใช้จ่ายเงินงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (The Comptroller General's Department, 2024) ซึ่งมีผลทำให้เงินทุนของสถาบันอุดมศึกษาได้มาจากงบประมาณแผ่นดิน หรือเงินรายได้ของสถาบัน เช่น ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุงการศึกษาต่าง ๆ ของนักศึกษา เป็นต้น ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาต้องมีแผนการใช้เงินที่สะท้อนความต้องการการใช้เงินเพื่อการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และแผนประจำปีของสถาบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ เพื่อการลด การป้องกัน และการควบคุมการใช้ทรัพยากรตามแผนงานที่กำหนด และบรรลุวัตถุประสงค์ที่กระทรวงการคลังกำหนด

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ และศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ
2. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ

### การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 18 เรื่อง การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ มีงานวิจัยที่ระดับด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ จำนวน 7 เรื่อง ประกอบด้วย Siti, Abdul, and Wan (2011); Jaihaow (2019); Lutfi and Teguh (2019); Ratanabhansri

and Arunruangsirilert (2019); Thongniwan, Poonpool, and Musik (2020); Sawangsri and Intarak (2023); Songdet and Bunrat (2023) ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล มีงานวิจัยที่ระดับด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาลเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย Ross and Harun (2014); Hongsing, Prempnichnukul, and Sangmahachai (2018); Jaihaow (2019); Junsuriyasak, Pitak, Sripan, Deekote, and Na Lamphun (2019); Kose and Agdenis (2019); Ratanabhansri and Arunruangsirilert (2019); Innoppakoon and Yenyuak (2020); Srisawat, Homcharoen, and Chanruang (2020); Thongniwan et al. (2020); Nasaeng, Thanaanantrakul, Jantharach, Sirisatit, and Boontongdee (2021); Sawangsri and Intarak (2023); Songdet and Bunrat (2023) ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง มีงานวิจัยที่ระดับการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย Siti et al. (2011); Ross and Harun (2014); Manuel, Andres, Laura, and Maria (2015); Hongsing et al. (2018); Junsuriyasak et al. (2019); Ratanabhansri and Arunruangsirilert (2019); Innoppakoon and Yenyuak (2020); Srisawat et al. (2020); Thongniwan et al. (2020); Kitbai, Rattanaphaphtham, and Prempnichnukul (2022); Sawangsri and Intarak (2023); Songdet and Bunrat (2023) ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ มีงานวิจัยที่ระดับการใช้ข้อมูลสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย Siti et al. (2011); Radoica (2012); Dewata, Natoen, Jauhari, Sari, and Hartiyani (2017); Junsuriyasak et al. (2019); Kose and Agdenis (2019); Lutfi and Teguh (2019); Ratanabhansri and Arunruangsirilert (2019); Srisawat et al. (2020); Thongniwan et al. (2020); Nasaeng et al. (2021); Kitbai et al. (2022); Songdet and Bunrat (2023) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีงานวิจัยที่ระดับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย Siti et al. (2011); Hongsing et al. (2018); Junsuriyasak et al. (2019); Srisawat et al. (2020); Thongniwan et al. (2020) ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** สันเคราะห์ตัวแปรย่อยของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ

การบริหารความเสี่ยง ทางการเงินและบัญชีภาครัฐ	ด้านการ				
	ด้านการ บริหารความ เสี่ยงแบบ บูรณาการ	กำกับ ติดตามและ ควบคุมตาม หลัก ธรรมาภิบาล	ด้านการ กำหนดภาวะ งานด้าน ความเสี่ยง	ด้านการ ใช้ข้อมูล สารสนเทศ	ด้านการ พัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง
Songdet and Bunrat (2023)	✓	✓	✓	✓	
Sawangsi and Intarak (2023)	✓	✓	✓		
Kitbai et al. (2022)			✓	✓	
Nasaeng et al. (2021)		✓		✓	
Srisawat et al. (2020)		✓	✓	✓	✓
Thongniwan et al. (2020)	✓	✓	✓	✓	✓
Innopakoon and Yenyuak (2020)		✓	✓		
Junsuriyasak et al. (2019)		✓	✓	✓	✓
Ratanabhansri and Arunruangsirilert (2019)	✓	✓	✓	✓	
Jaihaow (2019)	✓	✓			
Hongsing et al. (2018)		✓	✓		✓
Kose and Agdenis (2019)		✓		✓	
Lutfi and Teguh (2019)	✓			✓	
Dewata et al. (2017)				✓	
Manuel et al. (2015)			✓		
Ross and Harun (2014)		✓	✓		
Radoica (2012)				✓	
Siti et al. (2011)	✓		✓	✓	✓
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>5</b>

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 14 เรื่อง ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านบรรลุปเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ มีงานวิจัยที่ระบุด้านบรรลุปเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการดำเนินงาน จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย Krailas (2017); Sae-liw (2017); Hongsing et al. (2018); Tawbud, Chaveerug, and Ninlaphay (2018); Ahmad (2019); Jarataroonchay and

Poonpool (2019); Junsuriyasak et al. (2019); Khaled (2019); Thongniwan et al. (2020) ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน มีงานวิจัยที่ระบุด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการดำเนินงาน จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย Krailas (2017); Sae-liw (2017); Hongsing et al. (2018); Tawbud et al. (2018); Innoppakoon and Yenyuak (2020); Thongniwan et al. (2020) ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร มีงานวิจัยที่ระบุด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากรเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการดำเนินงาน จำนวน 8 เรื่อง ประกอบด้วย Krailas (2017); Sae-liw (2017); Hongsing et al. (2018); Tawbud et al. (2018); Junsuriyasak et al. (2019); Innoppakoon and Yenyuak (2020); Jinfeng (2020); Thongniwan et al. (2020) ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน มีงานวิจัยที่ระบุด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการดำเนินงาน จำนวน 10 เรื่อง ประกอบด้วย Dewata et al. (2017); Sae-liw (2017); Tawbud et al. (2018); Ahmad (2019); Jarataroonchay and Poonpool (2019); Junsuriyasak et al. (2019); Lutfi and Teguh (2019); Prasatkaew and Vaisamruat (2019); Innoppakoon and Yenyuak (2020); Thongniwan et al. (2020) ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** สังเคราะห์ตัวแปรย่อยของความสำเร็จในการดำเนินงาน

ความสำเร็จในการดำเนินงาน	ด้านบรรลุปเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน	ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร	ด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน
Thongniwan et al. (2020)	✓	✓	✓	✓
Innoppakoon and Yenyuak (2020)		✓	✓	✓
Junsuriyasak et al. (2019)	✓		✓	✓
Jarataroonchay and Poonpool (2019)	✓			✓
Prasatkaew and Vaisamruat (2019)				✓
Tawbud et al. (2018)	✓	✓	✓	✓
Hongsing et al. (2018)	✓	✓	✓	
Sae-liw (2017)	✓	✓	✓	✓
Krailas (2017)	✓	✓	✓	
Jinfeng (2020)			✓	
Khaled (2019)	✓			
Lutfi and Teguh (2019)				✓
Ahmad (2019)	✓			✓
Dewata et al. (2017)				✓
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

### การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ

การบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ หมายถึง การจัดการความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในระบบที่มีการเชื่อมโยงกันทั้งองค์กร มาบูรณาการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีให้เป็นไปตามกรอบบริหารความเสี่ยงของกระทรวงการคลัง และตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ของกระทรวงการคลัง อีกทั้งยังเป็นวิธีการบริหารจัดการ และควบคุมกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ โดยลดมูลเหตุและโอกาสที่องค์กรจะเกิดความเสียหาย เพื่อให้ระดับของความเสี่ยงและขนาดของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในโอกาสอยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ ประเมินได้ และควบคุมได้ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ (Duangsamran, 2021) รวมถึงเป็นกระบวนการที่นำไปใช้ในกลยุทธ์ทั่วทั้งองค์กร ซึ่งออกแบบมาเพื่อระบุเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจนส่งผลกระทบต่อองค์กรและจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Kose & Agdenis, 2019)

งานวิจัยของ Innoppakoon and Yenyuak (2020) พบว่า การจัดการความเสี่ยงแบบบูรณาการในหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wiphatkrit (2014) พบว่า การบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทยที่อยู่ในระดับมากส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารความเสี่ยงในองค์กร โดยความสำเร็จในการดำเนินงานที่ได้รับผลกระทบจากการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ ประกอบด้วย การนำแนวทางการบริหารความเสี่ยงภาครัฐมาช่วยลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานและการจัดกิจกรรมควบคุมในแต่ละขั้นตอนของการปฏิบัติงานทางการเงินและบัญชี

ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ จึงมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1: การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

### การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล

ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง ความโปร่งใสในการปฏิบัติราชการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล การจัดทำและเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศ รายงานทางการเงิน ระเบียบและหลักเกณฑ์ที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใสของกิจกรรมภายในองค์กร สามารถวัดกิจกรรมของตนที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจได้ (Poonpool, Ninniyom, & Nachairit, 2023) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการภาครัฐที่เน้นหลักการกระจายอำนาจและหลักนิติธรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อผลการดำเนินงานที่ดีของส่วนราชการ รวมถึงการใช้อำนาจของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับในการบริหารราชการด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อให้องค์กรสามารถควบคุมและกำจัดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้มากที่สุด การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรโดยการวางแผน การควบคุม และการวัดผลการปฏิบัติงาน มุ่งเน้นการบูรณาการ

ด้านการจัดการบัญชีและการจัดการเชิงกลยุทธ์ภายในบริษัทขององค์กร เพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายต่อองค์กรสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานต่อไป (Ahmad, 2019)

งานวิจัยของ Thawanratphokin (2021) พบว่า การบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการกำกับติดตาม และการควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Junsuriyasak et al. (2019) พบว่า ระบบในการควบคุมภายในที่ดีเกี่ยวกับการกำกับติดตามและการควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม โดยความสำเร็จในการดำเนินงานที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการควบคุม ประกอบด้วย การกำกับดูแลให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนการบริหารความเสี่ยงภาครัฐตามขั้นตอนที่กำหนด การติดตามและทบทวนการจัดการความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีอย่างสม่ำเสมอและการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างมีประสิทธิภาพโดยยึดหลักธรรมาภิบาล

ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาลจึงมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัย 2:** การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

### **การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง**

ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง หมายถึง การกำหนดผู้รับผิดชอบในเรื่องของการจัดการความเสี่ยงที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการบริหาร และบุคลากรทุกคนในองค์กร ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงาน (Innoppakoon & Yenyuak, 2020) ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีการระบุความเสี่ยง วัดความเป็นไปได้ และผลกระทบ มีการวางแผนการดำเนินงานการบรรเทาผลกระทบและมีการติดตาม ความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอเพื่อรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง (Kumar, 2021) ด้านการกำหนดภาระงาน ด้านความเสี่ยงส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดโครงสร้างและขอบเขตงานที่เหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่เพื่อลดโอกาสของความเสี่ยงทางการเงินและบัญชี โดยองค์กรต้องมีระบบบัญชีและแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม (Junsuriyasak et al., 2019) ในกระบวนการปฏิบัติงานนั้น คณะกรรมการบริหาร ตลอดจนพนักงานขององค์กรทุกระดับชั้นจะเป็นผู้กำหนดร่วมกันในการแบ่งความรับผิดชอบงานในแต่ละส่วน รวมถึงสามารถป้องกันรักษาทรัพย์สิน การตรวจพบการทุจริตและข้อผิดพลาด โดยปฏิบัติตามนโยบายและวิธีปฏิบัติงานที่กำหนดไว้อย่างสม่ำเสมอ (Hongsing et al., 2018)

งานวิจัยของ Kittiwutikrai and Chaisawaneeyakron (2015) พบว่า การกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยงเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านการตอบสนองความเสี่ยง และด้านการติดตามประเมินผลและรายงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsing et al. (2018) พบว่า ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยงเกี่ยวกับประสิทธิภาพในด้านการแบ่งแยกหน้าที่ ด้านการจัดทำเอกสารหลักฐาน

มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม โดยความสำเร็จในการดำเนินงานที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการควบคุม ประกอบด้วย การวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างเป็นรูปธรรม การนำแผนกลยุทธ์ทางการเงินมาใช้ในการบริหารองค์กรได้อย่างเหมาะสม และการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีในการลดผลกระทบของความเสี่ยง

ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยงจึงมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 3: การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยงมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

### **การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ**

ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ หมายถึง การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในการบริหารองค์กรต้องมีความถูกต้องเที่ยงตรง ความรวดเร็วทันต่อการใช้งาน ความสมบูรณ์ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และตรวจสอบได้ (Srijunpetch, 2021) ข้อมูลบัญชีบริหารที่เหมาะสมเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดของผู้บริหารในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงาน (Puttikunsakon, Poonpool, & Wangcharoendate, 2022) ดังนั้นการใช้ข้อมูลสารสนเทศสามารถป้องกันความเสี่ยงทางการเงินขององค์กรได้ดี รวมทั้งการรายงานความเสี่ยงทางการเงินขององค์กรภายใต้ข้อมูลขนาดใหญ่สามารถรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ได้ดีขึ้น และช่วยให้พนักงานอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจการพยากรณ์ความเสี่ยงทางการเงินขององค์กรได้ดีขึ้น (Jinfeng, 2022)

งานวิจัยของ Tawbud et al. (2018) พบว่า การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongniwan et al. (2020) พบว่า ด้านระบบการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงาน

ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศจึงมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 4: การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

### **การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง**

ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การพัฒนาระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการสร้างองค์ความรู้ สร้างจิตสำนึกกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของการควบคุมภายใน รวมทั้งปฏิบัติตนให้เป็นตัวอย่างที่ดีเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Poonpool, Thawiphrom, Nilniyom, & Mirattanaphra, 2022) ในการจัดเตรียม

และจัดทำตรวจสอบเอกสารหลักฐานการเงิน การรวบรวมเอกสารหลักฐานทางการเงินเพื่อนำมาบันทึกบัญชีอย่างถูกต้องเรียบร้อยและให้เป็นปัจจุบัน การปิดบัญชีและการจัดทำรายงานทางการเงินตามช่วงเวลาต่าง ๆ เช่น รายวัน รายเดือน รายไตรมาส และประจำปี (Poonpool et al., 2022) นอกจากนี้หัวหน้างานยังเป็นผู้ให้การฝึกอบรมแก่ผู้ปฏิบัติงานในระหว่างการปฏิบัติงาน ช่วยให้มีความเข้าใจในเรื่องการบริหารความเสี่ยงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Jaihaow, 2019)

งานวิจัยของ Innopakoon and Yenyuak (2020) พบว่า การจัดการความเสี่ยงในหน่วยงานภาครัฐ ด้านกฎหมายและกฎระเบียบ ด้านการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaihaow (2019) พบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความเข้าใจในระบบบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามแนวทางการบริหารความเสี่ยง การสื่อสาร การฝึกอบรม ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsing et al. (2018) กล่าวว่า ความสำเร็จขององค์กรเป็นผลของการมีกระบวนการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน รายงานต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นถูกต้อง และบุคลากรได้ปฏิบัติงานตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับด้วยการป้องกันและลดความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัย 5:** การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

### ความสำเร็จในการดำเนินงาน

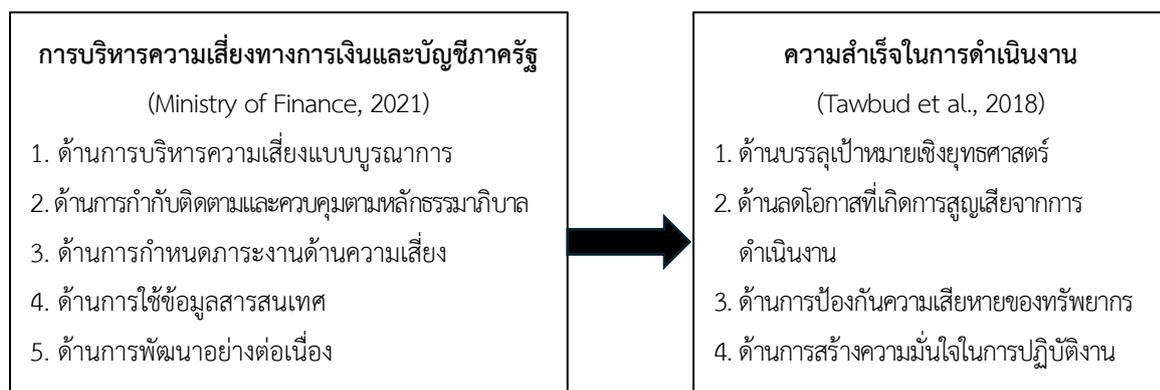
ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ตัวกำหนดการประเมินผลหรือการวัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร เพื่อการปรับให้เหมาะสมกับบริบทของระบบการบริหารราชการแผ่นดินของสถาบันอุดมศึกษาที่ต้องบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การนำเครื่องมือในการบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กรมาช่วยเสริมในการบริหารของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานทางการเงินในขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ป้องกันความเสียหายของทรัพยากรที่อาจเกิดขึ้นทางการเงินและทำให้บุคลากรในหน่วยงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น (Tawbud et al., 2018) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร และด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน

งานวิจัยของ Thongniwan et al. (2020) กล่าวว่า ความสำเร็จการบริหารงาน (Management Success) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนดไว้ มีการปฏิบัติงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีการจัดสรรและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผลงานเป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ประกอบด้วย ความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน (Transparency) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Performance Effectiveness) การจัดสรรทรัพยากรที่ดี (Good Resource Allocation) และการบริหาร

ความเสี่ยงที่ดี (Good Risk Management) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความสำเร็จของทุกองค์กร รวมทั้งจะมีการดำเนินการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ต่อเนื่องประจำปี เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้งบประมาณและทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด รวมทั้งได้กำหนดแนวทางการถ่ายถอดยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดสร้างความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง และมีการติดตามประเมินผลที่สะดวก รวดเร็ว เพื่อลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Khaled (2019) กล่าวว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานที่สะท้อนให้เห็นถึงความมั่นคงของสถาบันอุดมศึกษา สถาบันต่าง ๆ ต้องมีส่วนร่วมในการวางกลยุทธ์และการบัญชีสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้การดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางไว้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ โดยการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ สามารถวัดได้จาก 5 ด้าน คือ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่วนความสำเร็จในการดำเนินงานสามารถวัดได้จาก 4 ด้าน คือ ด้านบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร และด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี ผู้อำนวยการกอง คณบดี รองคณบดี ผู้อำนวยการสำนัก และรองผู้อำนวยการสำนัก ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐระดับมหาวิทยาลัย ในสังกัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รวมทั้งหมด 83 หน่วยงาน ได้แก่ มหาวิทยาลัย ในกำกับของรัฐ จำนวน 26 หน่วยงาน สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 10 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 38 หน่วยงาน และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน 9 หน่วยงาน จำนวน 664 คน (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2020) กลุ่มตัวอย่าง คือ อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี ผู้อำนวยการกอง คณบดี รองคณบดี ผู้อำนวยการสำนัก และรองผู้อำนวยการสำนัก ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 250 คน (Yamane, 1967) ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่มและสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ของทั้ง 83 หน่วยงาน ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ซึ่งได้รับการตอบกลับมา จำนวน 456 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 68.67 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถาม ที่ส่งไปยังกลุ่มประชากร ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม มีอัตราตอบกลับเกินร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

### เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทของสถาบันที่ท่านสังกัด งบประมาณแผ่นดินที่ได้รับจัดสรรในปีปัจจุบัน งบประมาณเงินรายได้ที่ได้รับจัดสรรในปีปัจจุบัน และจำนวนบุคลากรในสังกัด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงการเงินและบัญชีภาครัฐ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 24 ข้อ ประกอบด้วย 3.1) ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ จำนวน 5 ข้อ 3.2) ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล จำนวน 5 ข้อ 3.3) ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง จำนวน 5 ข้อ 3.4) ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ จำนวน 4 ข้อ และ 3.5) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วย 4.1) ด้านบรรลุ

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ 4.2) ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน จำนวน 5 ข้อ 4.3) ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร จำนวน 5 ข้อ และ 4.4) ด้านการสร้างเชื่อมั่นในการปฏิบัติงาน จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามข้างต้น ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาตามกรอบแนวคิดเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย และนำมา Try Out จำนวน 30 คน โดยการทดสอบความน่าเชื่อถือ มีรายละเอียดดังนี้

ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.65 ซึ่งพบว่ามีค่าดัชนีสอดคล้องกับนิยามศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับ Baotham (2015) ที่กล่าวว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่า 0.50 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ถือว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความเหมาะสม

ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.611 - 0.890 และความสำเร็จในการดำเนินงาน มีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.569 - 0.930 สอดคล้องกับ Tayruakham (2009) ที่กล่าวว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับมาก แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยได้

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) เป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.880 - 0.931 และความสำเร็จในการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.880 - 0.928 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, Black, Babin, and Anderson (2006) ที่กล่าวว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่า 0.70 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัยได้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ } OA = \beta_0 + \beta_1 \text{IRM} + \beta_2 \text{CGMC} + \beta_3 \text{RWD} + \beta_4 \text{IA} + \beta_5 \text{CI} + \varepsilon$$

โดยที่	OA	แทน	ความสำเร็จในการดำเนินงาน
	IRM	แทน	การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ
	CGMC	แทน	การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล

RWD	แทน การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง
IA	แทน การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ
CI	แทน การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
$\epsilon$	แทน ค่าความคลาดเคลื่อน
$\beta$	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 10 ปี และตำแหน่งงานในปัจจุบัน คือ คณบดี และสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นประเภทสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ มีงบประมาณแผ่นดินที่ได้รับจัดสรรในปัจจุบัน ไม่เกิน 1,000 ล้านบาท มีงบประมาณเงินรายได้ที่ได้รับจัดสรรในปัจจุบัน ไม่เกิน 1,000 ล้านบาท และจำนวนบุคลากรในสังกัดไม่เกิน 1,000 คน

### การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ และศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.41$ , S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล ( $\bar{X} = 4.45$ , S.D. = 0.43) ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.46) และด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ ( $\bar{X} = 4.42$ , S.D. = 0.45) ดังตารางที่ 3 อีกทั้งยังพบว่า ผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.41$ , S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยพบว่า ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน กับด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.45, S.D. = 0.48) รองลงมาคือ ด้านบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ กับด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.46, S.D. = 0.46) ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 3** ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐโดยรวม และเป็นรายด้านของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ	4.42	0.45	มาก
2. ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล	4.45	0.43	มาก
3. ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง	4.40	0.44	มาก
4. ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ	4.43	0.46	มาก
5. ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.38	0.51	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>4.41</b>	<b>0.38</b>	<b>มาก</b>

**ตารางที่ 4** ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ

ความสำเร็จในการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	4.40	0.46	มาก
2. ด้านลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน	4.43	0.45	มาก
3. ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร	4.40	0.46	มาก
4. ด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน	4.43	0.48	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>4.41</b>	<b>0.41</b>	<b>มาก</b>

**ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ**

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ โดยเบื้องต้นทำการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.553 - 0.708 ดังตารางที่ 5 ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ มีค่าตั้งแต่ 2.096 - 3.151 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Black, 2006)

**ตารางที่ 5** การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ

ตัวแปร	OA	IRM	CGMC	RWD	IA	CI	VIFs
$\bar{X}$	4.42	4.42	4.46	4.40	4.43	4.38	
S.D.	0.42	0.45	0.43	0.45	0.47	0.51	
OA	-	0.673*	0.686*	0.772*	0.759*	0.758*	
IRM		-	0.574*	0.688*	0.622*	0.578*	2.116
CGMC			-	0.702*	0.588*	0.553*	2.096
RWD				-	0.708*	0.654*	3.151
IA					-	0.681*	2.518
CI						-	2.157

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในส่วนของการผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ พบว่า การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ ( $\beta = 0.098$ ,  $p = 0.002$ ) ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล ( $\beta = 0.161$ ,  $p = 0.000$ ) ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง ( $\beta = 0.202$ ,  $p = 0.000$ ) ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ ( $\beta = 0.211$ ,  $p = 0.000$ ) และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\beta = 0.245$ ,  $p = 0.000$ ) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ดังตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ของสถาบันอุดมศึกษา

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ	ความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม			
	$\beta$	Error	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	0.366	0.112	3.265	0.001*
ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ (IRM)	0.098	0.031	3.190	0.002*
ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล (CGMC)	0.161	0.032	5.014	0.000*
ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง (RWD)	0.202	0.038	5.315	0.000*
ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ (IA)	0.211	0.033	6.462	0.000*
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (CI)	0.245	0.027	8.922	0.000*

F = 287.745 p = 0.0000 Adj R<sup>2</sup> = 0.759

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยสมการพยากรณ์มีดังต่อไปนี้

$$OA = 0.366 + 0.098IRM + 0.161CGMC + 0.202RWD + 0.211IA + 0.245CI$$

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย พบว่า การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ ช่วยให้องค์กรสามารถลดโอกาสที่เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานและป้องกันความเสียหายของทรัพยากรในการนำกรอบการบริหารความเสี่ยงภาครัฐมาใช้ในการปฏิบัติงานทางการเงินและบัญชีทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามเป้าหมาย ลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Sawangsri and Intarak (2023) กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาการบริหารความเสี่ยงนั้น สถานศึกษาควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารความเสี่ยงที่มีความชัดเจน และควรแจ้งวัตถุประสงค์ในการบริหารความเสี่ยงให้บุคลากรทุกคนได้ทราบและเข้าใจตรงกัน 2) สถานศึกษาควรวิเคราะห์ความเสี่ยงให้ครอบคลุมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่จะทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ 3) สถานศึกษาควรจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงให้มีความชัดเจนและดำเนินการจัดการความเสี่ยงตามระดับความรุนแรงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด 4) สถานศึกษาควรกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงที่มีความชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ และควรชี้แจงมาตรการให้บุคลากรทุกคนได้ทราบและปฏิบัติ และ 5) สถานศึกษาควรติดตามผล ประเมินผล และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Auemsaart and Pumklom (2023) พบว่า การบริหารความเสี่ยงของสถานศึกษาในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการบริหารความเสี่ยงของสถานศึกษามีการบริหารความเสี่ยงอยู่ในระดับมากนั้น อาจสืบเนื่องมาจากในปัจจุบันนี้ หน่วยงานทางการศึกษาได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในหน่วยงานเพิ่มมากขึ้น จึงได้จัดทำนโยบายและมีการกระตุ้นให้ผู้บริหารสถานศึกษาได้มีการดำเนินการจัดการบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษาทุกแห่ง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับสถานศึกษา และป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับสถานศึกษา ตลอดจนการนำรูปแบบวิธีการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในสถานศึกษา เพื่อลดความสูญเสียที่อาจจะเกิดจากความเสียหายภายในสถานศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kittiwutikrai and Chaisawaneeyakron (2015) พบว่า การบริหารความเสี่ยงด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านการตอบสนองความเสี่ยง และด้านการติดตาม ประเมินผลและรายงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงาน

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาลช่วยให้องค์กรควบคุมการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดบรรลุเป้าหมายตามภารกิจและแผนการปฏิบัติงานทางการเงิน มีกระบวนการทำงาน

ที่เปิดเผยตรงไปตรงมาสามารถตรวจสอบได้ และลดสภาพปัญหาหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและสร้างความเสียหายหรือความสูญเสียให้กับองค์กรได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Songdet and Bunrat (2023) กล่าวว่า ควรมีการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการระบุความต้องการบริการและผลผลิต โดยแสดงให้เห็นถึงเป้าประสงค์ที่ชัดเจนของสถานศึกษา ส่วนด้านการเงิน ควรมีการควบคุมการเก็บรักษาเงิน ถูกต้องตามระเบียบและอยู่ภายในวงเงินเก็บรักษา ในขณะที่ด้านการดำเนินงาน ควรมีการควบคุมการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายให้มีความร่วมมือในการทำงานอย่างเหมาะสม และด้านกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ควรมีการกำหนดมาตรการหรือบทลงโทษบุคลากรที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐาน อย่างชัดเจนและเป็นธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sawangsri and Intarak (2023) พบว่าการบริหารความเสี่ยงของโรงเรียนอุทงโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ว่า การบริหารความเสี่ยงของโรงเรียนอุทงโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากฝ่ายบริหารสถานศึกษา และครู ได้ทำความเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดในเนื้อหาของสาระของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 และหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการบริหารจัดการความเสี่ยงสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2562 ซึ่งได้กำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อให้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลแก่ผู้มีส่วนได้เสียของหน่วยงาน อันส่งผลให้โรงเรียนอุทงจำเป็นต้องให้ความสำคัญและดำเนินการบริหารความเสี่ยงอย่างเคร่งครัดเป็นประจำทุกปี การศึกษา ดังนั้นจึงทำให้การบริหารความเสี่ยงของโรงเรียนอุทงโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wiphatkru (2014) พบว่า การดำเนินการบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย ทั้งโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ การติดตามประเมินผล การกำหนดวัตถุประสงค์ การจัดการความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง และการระบุความเสี่ยง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการดำเนินการบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมที่อยู่ในระดับมากนั้น เนื่องมาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำระบบการบริหารความเสี่ยงมาใช้และเพื่อปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารความเสี่ยงในองค์กร

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง ช่วยให้องค์กรจัดโครงสร้างและขอบเขตงานที่เหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่ เพื่อลดโอกาสของความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีในการสื่อสารและทำความเข้าใจในเรื่องการเบิกจ่ายงบประมาณ การจัดทำเอกสารการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Siti, Aknoriza, and JamalRozaidy (2023) พบว่า มีการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์ทางการเงินและการบริหารความเสี่ยงของภาครัฐในประเทศมาเลเซีย โดยแต่ละกระทรวงมีความจำเป็นที่จะต้อง

มีแนวทางที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจงมากขึ้นในการวิเคราะห์ทางการเงินและความเสี่ยง นอกจากนี้ยังมีความสำคัญอย่างยิ่งที่การวิเคราะห์ทางการเงินและความเสี่ยงที่ดำเนินการมีความเกี่ยวข้องและตอบสนองความต้องการเฉพาะของหน่วยงานภาครัฐ ความเป็นประโยชน์ของข้อมูลขึ้นอยู่กับความเข้าใจที่ครอบคลุมเกี่ยวกับบริบทและประเภทของการตัดสินใจที่ต้องการ ดังนั้นการส่งเสริมความร่วมมือและการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานบัญชี และหน่วยงานสำคัญอื่น ๆ ในกระทรวงจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการวิเคราะห์ทางการเงินและความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริหาร และผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งแสดงถึงคุณภาพในการบริหารจัดการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vyhivska, Hryhorevska, Lyakhovich, and Khomenko (2019) พบว่า ผู้บริหารหน่วยงานที่รับผิดชอบและข้อมูลผลผลิต ควรคำนึงถึงการวิเคราะห์ความเสี่ยงการประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงโดยตรง การติดตามความเสี่ยง และการรายงาน การบริหารความเสี่ยง ในการจัดการข้อมูลของการบริหารความเสี่ยงของกิจกรรมการศึกษาของสถาบันการศึกษาระดับสูง ความซับซ้อนของวิธีการครอบคลุมกระบวนการระบบการจัดการคุณภาพทั้งหมด การตอบสนองต่อความเสี่ยงที่ระบุโครงสร้างการบัญชีของสถาบันอุดมศึกษา มีส่วนช่วยในการปรับปรุงการแสดงบัญชีของการปฏิบัติงาน เพื่อลดความเสี่ยงของกิจกรรมการศึกษาของการศึกษาที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wutthijareansit and Ariratana (2015) พบว่า ควรมีการดำเนินการ ดังนี้ 1) ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ ผู้บริหารควรจัดทำวัตถุประสงค์ร่วมกับผู้รับผิดชอบงานการเงิน โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการสถานศึกษาร่วมเป็นคณะกรรมการ เพื่อให้มีความครอบคลุมชัดเจนและเกิดความโปร่งใส สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีการชี้แจงต่อที่ประชุมครูในโรงเรียน 2) ด้านการระบุความเสี่ยง ควรแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบภายในอย่างเป็นทางการ และจัดเวทีให้มีการนำเสนอผลการตรวจสอบภายในเพื่อสร้างความตระหนักและนำไปปฏิบัติ 3) ด้านการประเมินความเสี่ยง ควรจัดประชุมระดมสมองในการจัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับการวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบในระดับความรุนแรงที่จะเกิดความเสี่ยงตามแนวปฏิบัติงานการเงินที่กำหนดไว้ 4) ด้านการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ควรแต่งตั้งคณะทำงานการเงินเพื่อกำหนดแนวทางการลดความเสี่ยงที่มีผลต่อความเสียหายในการปฏิบัติงานการเงิน 5) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ควรจัดสรรงบประมาณหรือระดมทุนเพื่อนำมาพัฒนาความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศงานการเงินให้แก่บุคลากรที่รับผิดชอบงานการเงินและสร้างเครือข่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศงานการเงิน และ 6) ด้านการรายงานและติดตามผล ควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดให้มีผู้รับผิดชอบงานการเงินเพื่อจัดทำรายงานการบริหารความเสี่ยงงานการเงินและนำเสนอต่อสาธารณชนในรูปแบบที่หลากหลาย

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปพิจารณาในการดำเนินการบริหารความเสี่ยงตาม กรอบและขั้นตอนของการปฏิบัติที่องค์กรกำหนดขึ้น เพื่อให้องค์กรมีระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจัดทำข้อมูลทางการเงินและบัญชีที่มีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างดี สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Thawanratphokin (2021) พบว่า การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน ด้านกิจกรรมควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน โดยนำมาใช้ในการวางแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของบุคลากรสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsing et al. (2018) พบว่า ประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายใน ด้านการควบคุม การประมวลผลข้อมูล ด้านการดูแลป้องกันทรัพย์สิน ด้านการแบ่งแยกหน้าที่ ด้านการจัดทำเอกสารหลักฐาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ดังนั้นผู้บริหารจึงควรใช้สารสนเทศนี้เป็นแนวทางในการวางระบบการควบคุมภายใน เพื่อให้องค์กรมีระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongniwan et al. (2020) พบว่า ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านระบบการเงินการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการบริหารงาน เป็นตามสมมติฐานในการศึกษาวิจัยนี้ ดังนั้นผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ เพื่อให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณตามที่ได้รับจัดสรรเป็นไปตามยุทธศาสตร์ และโครงสร้างแผนงานที่กำหนดไว้ สามารถลดความเสี่ยงในการบริหารงาน ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน สิ่งเหล่านี้จะทำให้องค์กรเกิดความโปร่งใส คุ่มค่า ตรวจสอบได้ นำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาความรู้ทักษะและสมรรถนะของบุคลากรในทุกกระดับที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมความเข้าใจบทบาทหน้าที่ในและตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนภารกิจของกรมภายใต้ขอบเขตงานความรับผิดชอบของตนเอง ให้สามารถลดสิ่งที่ผิดวัตถุประสงค์หรือแก้ไขสิ่งที่ไม่ต้องการให้เกิดขึ้นของความเสี่ยงด้านการเงินและบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamphu (2021) พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสบปัญหาและอุปสรรคในด้านประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ โดยรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะพึ่งพารายได้จากรัฐบาลเป็นสัดส่วนที่สูงมาก และปัญหาการบริหารการคลัง โดยเฉพาะการบริหารค่าใช้จ่าย อาทิ การบริหารงบประมาณที่ขาดประสิทธิภาพ ปัญหาการบริหารบุคลากรทางการคลัง การขาดประสิทธิภาพในการจัดทำข้อมูลทางการคลัง ปัญหาการตรวจสอบทางการคลัง อีกทั้งปัญหาการขาดการมีส่วนร่วมในการบริหารงานการคลังท้องถิ่นและการเลี้ยงภาษี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการตอบสนองความเสี่ยงทางการคลังที่เป็นการลดความเสี่ยง ซึ่งมีแนวทางที่เป็นองค์ประกอบหลักของการบริหารจัดการงานคลังที่ดี คือ 1) กระบวนการบริหารงบประมาณที่ดี 2) การพัฒนาบุคลากรทางการคลัง 3) การพัฒนาระบบ

เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารระบบการเงินการคลังของท้องถิ่น และ 4) การทบทวนกระบวนการทำงานด้านการคลังอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tawbud et al. (2018) พบว่าควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษา โดยนำมาใช้ในการวางแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของบุคลากร เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแผนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรและนำวิธีการจัดการกับความเสี่ยงที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ Ross and Harun (2014) กล่าวว่า การบริหารความเสี่ยงการเงินและบัญชี การวิเคราะห์งบการเงิน และข้อมูลต่อการบริหารความเสี่ยงตำแหน่งหน้าที่บัญชีและการจัดการมีอิทธิพลต่อการบริหารความเสี่ยงขององค์กร การควบคุมงบประมาณ การจัดทำงบประมาณ และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ มีบทบาทสำคัญในการจัดการความเสี่ยงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thawanratphokin (2021) พบว่า การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน ด้านกิจกรรมควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน โดยนำมาใช้ในการวางแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของบุคลากร เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแผนการบริหารความเสี่ยงขององค์กร และนำวิธีการจัดการกับความเสี่ยงที่เหมาะสมมาใช้เพื่อป้องกันการสูญเสียทรัพยากรขององค์กร และส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงในองค์กรมีประสิทธิภาพสูงสุด

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการจัดการความเสี่ยง โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการวิเคราะห์และพยากรณ์ความเสี่ยง เพื่อการวางแผนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมผู้บริหารขององค์กร และพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐในแต่ละด้านมากขึ้น มุ่งเน้นและให้ความสำเร็จต่อการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชีภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลรอบอบบริหารความเสี่ยงที่กระทรวงการคลังกำหนดไปปรับใช้ สามารถทำให้เกิดการบริหารงานที่บรรลุเป้าหมายตามภารกิจและแผนการปฏิบัติงานทางการเงินและบัญชี
3. สถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในด้านการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ เพื่อช่วยจัดการความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละระบบที่มีการเชื่อมโยงกันทั้งองค์กรจากการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงาน และการทุจริตให้ระดับของความเสียหายและขนาดของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

อยู่ในระดับที่องค์กร ประเมินได้ ควบคุมได้ และตรวจสอบได้อย่างมีระบบ โดยคำนึงถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสำคัญ

4. สถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในด้านการกำกับติดตามและควบคุมตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถควบคุมการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด มีการใช้ทรัพยากรอย่าง ประหยัดและเกิดความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินและบัญชีด้านป้องกันความเสียหายของทรัพยากร และเพื่อให้มีความสอดคล้องกับภารกิจในการดำเนินงานทางการเงิน และบัญชีและกำหนดกรอบแนวทางการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานให้บุคลากรขององค์กรเข้าใจในทิศทางเดียวกัน รวมถึงลดความเสี่ยง ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร การวางระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอเหมาะสมที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียของ หน่วยงานเกิดความเชื่อมั่นว่าผู้บริหารได้ปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล

5. สถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในด้านการกำหนดภาระงานด้านความเสี่ยง เพื่อลด โอกาสของความเสียหายทางการเงินและบัญชีในการสื่อสารและทำความเข้าใจในเรื่องการเบิกจ่ายงบประมาณ การจัดทำเอกสารการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง และการกำหนดตัวดัชนีชี้วัด วิธีการ และขั้นตอนการบริหารความ เสี่ยงการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อแก้ไขปัญหาได้ทันกับเหตุการณ์

6. สถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในด้านการใช้ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิด ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินและบัญชีด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน และเพื่อนำ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการรายงานข้อมูลสำคัญต่าง ๆ และนำมาใช้ในการพัฒนาระบบการบริหาร จัดการด้านการเงินและบัญชีให้ทันสมัย ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารได้ทันเวลา

7. สถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาความรู้ ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีและการเงินของหน่วยงานของรัฐเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้อง กับหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สถาบันอุดมศึกษาควรศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ของการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน และบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกับองค์กรภาครัฐอื่น ที่ไม่ใช่หน่วยงานราชการ ในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างอื่น

2. สถาบันอุดมศึกษาควรศึกษาแนวทางที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยงทางการเงินและบัญชี ภาครัฐในการปฏิบัติงานเพื่อนำมาพัฒนาและเสนอแนวทางกับองค์กรในภาครัฐ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้จาก การวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กร

## เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Ahmad, M. A. (2019). Association between strategic management accounting facets and organizational performance. *Journal of Management*, 14(2), 212-234.
- Auemsart, N., & Pumklom, M. (2023). Risk management of schools under the secondary educational service area Office Kanchanaburi. *Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus*, 10(3), 89-101. [in Thai]
- Baotham, S. (2015). *Accounting research* (8th ed.). Bangkok: Triple Education. [in Thai]
- Black, K. (2006). *Business statistics: For contemporary decision making* (4th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Dewata, E., Natoen, A., Jauhari, H., Sari, Y., & Hartiyani, S. J. (2017, November 16). Determining factors of the quality of local government financial statements: Palembang city. In *The 3rd Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference 2017* (pp. 405-429). Sriwijaya University, Palembang.
- Duangsamran, K. (2021). How to manage risks for the organization without crisis. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 340-351. [in Thai]
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, A. E. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Sandle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hongsing, N., Premanichnukul, V., & Sangmahachai, N. (2018). Effects of internal control system efficiency on organizational success of local administrative organization in Roi Et Province. *Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University*, 5(2), 25-36. [in Thai]
- Innoppakoon, J., & Yenyuak, C. (2020). Risk management in government agencies case studies government agencies Mueang District, Saraburi Province. *Rajapark Journal*, 14(33), 91-104. [in Thai]
- Jaihaow, T. (2019). The effectiveness of enterprise risk management on finance, accounting, and budgeting of Royal Thai Air Force. *Journal of Federation of Accounting Professions*, 1(1), 88-101. [in Thai]
- Jamphu, O. (2021). Thai local government organizations' management of fiscal risk. *Academic Journal for the Humanities and Social Sciences Dhonburi Rajabhat University*, 4(1), 118-131. [in Thai]

- Jarataroonchay, P., & Poonpool, N. (2019). The effect of intra-organizational communication strategy on operational success of the supporting staff of humanities and social sciences group, Mahasarakham University. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, 11(1)*, 2-13. [in Thai]
- Jinfeng, C. (2022). The impact of financial risks on the performance of Russian Banks. *Industrial Engineering & Management Systems, 19(4)*, 866-876.
- Junsuriyasak, N., Pitak, N., Sripan, M., Deekote, P., & Na Lamphun, V. (2019). Effects of internal control accounting on financial operation success of treasury personal at local administrative organization, Nong Bua Lumphu Province. *Lampang Rajabhat University Journal, 8(2)*, 71-85. [in Thai]
- Khaled, H. (2019). Accounting for strategic management, strategising and power structures in the Jordanian higher education sector. *Journal of Accounting & Organizational Change, 15(3)*, 430-452.
- Kitbai, P., Rattanaphaphtham, K., & Prempanichnukul, V. (2022). Effects of internal environment on risk management efficiency of Rajamangala University of Technology Isan. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, 14(2)*, 73-84. [in Thai]
- Kittiwutikrai, M., & Chaisawaneeyakron, M. (2015). The effects of risk management on the work success of small and medium enterprises in Mukdaharn Province. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University, 6(1)*, 105-118. [in Thai]
- Kose, T., & Agdenis, S. (2019). The role of management accounting in risk management. *The Journal of Accounting and Finance, (Special issue)*, 509-526.
- Krailas, T. (2017). *The impact of management accounting techniques and enterprise risk management on organizational performance: The case of saving and credit cooperatives in Thailand* (Research report). Songkhla: Prince of Songkla University. [in Thai]
- Kumar, S. (2021). Risk management and enterprise risk management. *Academia Letters, 2234*, 1-6.
- Lutfi, H., & Teguh, I. M. (2019). Efektivitas integrated financial management and information systems (ifmis) pada proses pelaporan keuangan pemerintah pusat. *Journal Akuntansi dan Bisnis, 19(1)*, 80-93.

- Manuel, P. R., Andres, N. G., Laura, A. M., & María, D. L. (2015). Risk factors and drivers of financial sustainability in local government: An empirical study. *Local Government Studies*, 42(1), 29-51.
- Ministry of Finance. (2021). *Risk management guidelines for government agencies subject: Principles of enterprise risk management*. Retrieved from [https://audit.nida.ac.th/th/images/reg\\_new2021/Risk\\_regulation\\_2564.pdf](https://audit.nida.ac.th/th/images/reg_new2021/Risk_regulation_2564.pdf) [in Thai]
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2020). *Information on higher education institutions*. Retrieved from <https://www.mhesi.go.th/index.php/service/higher-education.html> [in Thai]
- Nasaeng, S., Thanaanantrakul, T., Jantharach, B., Sirisatit, P., & Boontongdee, O. (2021). Success factors on risk management of Udon Thani Hospital in Udon Thani Province. *Vocational Education Innovation and Research Journal*, 5(1), 168-177. [in Thai]
- Poonpool, N., Ninniyom, N., & Nachairit, I. (2023). The effect of social responsibility reporting on firm's investor confident of Thai listed company. *Humanities and Social Sciences Journal of Pibulsongkram Rajabhat University*, 17(2), 463-479. [in Thai]
- Poonpool, N., Thawiphrom, R., Nilniyom, N., & Mirattanaphra, P. (2022). The effect of professional development on career success perception of accountant in agricultural cooperatives in the Northeast of Thailand. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University*, 14(3), 1-17. [in Thai]
- Prasatkaew, T., & Vaisamruat, K. (2019). The success of budget spending of the department of fisheries to development Bungborapet in B.E. 2557-2560. *Journal of MCU Nakhondhat*, 6(7), 3424-3435. [in Thai]
- Puttikunsakon, P., Poonpool, N., & Wangcharoendate, S. (2022). The effects of MAI usage on value-based risk management and value creation: An empirical investigation of electrical and electronics in Thailand. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 7(3), 454-471. [in Thai]
- Radoica, L. (2012). Synergistic effects of total quality management and operational risk management in central banks. *International Journal for Quality Research*, 6(4), 381-388.

- Ratanabhansri, R., & Arunruangsirilert, T. (2019). Consistency between risk management in government agencies and COSO ERM 2017: A case study of state audit office of the Kingdom of Thailand (Central administration). *Journal of Federation of Accounting Professions*, 1(3), 25-43. [in Thai]
- Ross, H. M., & Harun, H. (2014). Public sector accounting reform at local government level in Indonesia. *Financial Accountability & Management*, 30(2), 238-258.
- Sae-liw, K. (2017). *The potential of accounting that affects the success of accountants in Samutprakarn* (Research report). Bangkok: Faculty of Accountancy, Sripatum University. [in Thai]
- Sawangri, D., & Intarak, P. (2023). Risk management of U-Thong school under the Secondary Educational Service Area Office Suphan Buri. *Journal of Educational Administration, Silpakorn University*, 14(1), 1-16. [in Thai]
- Siti, N., Aknoriza, M., & JamalRozaidy, M. (2023). Management accounting in the Malaysian public sector: Analysing the adoption of financial and risk analysis. *Journal of Research and Practice in Public Sector Accounting and Management*, 13(2), 2682-9347.
- Siti, Z. A., Abdul, R. A., & Wan, K. W. (2011). Management accounting and risk management in Malaysian financial institutions an exploratory study. *Managerial Auditing Journal*, 26(7), 566-585.
- Songdet, H., & Bunrat, A. (2023). Educational risk management of school administrators age under to the Phatthalung Primary Educational Service Area office 2. *Journal of Management and Local Innovation*, 5(6), 1-16. [in Thai]
- Srijunpetch, S. (2021). *Accounting information and business administration*. Retrieved from <https://citly.me/KoAuH> [in Thai]
- Srisawat, T., Homcharoen, J., & Chanruang, S. (2020). Risk assessment on the government procurement and supplies management act B.E. 2560 by electronic bidding of Burapha University. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University*, 12(3), 127-142. [in Thai]
- Tawbud, P., Chaveerug, A., & Ninlaphay, S. (2018). Effects of financial practice risk management of accountancy and management. *Mahasarakham Business School, Mahasarakham University*, 10(1), 60-73. [in Thai]

- Tayruakham, S. (2009). *Research methodology for social sciences and humanities* (8th ed.). Mahasarakham: Mahasarakham University. **[in Thai]**
- Thawanratphokin, T. (2021). Effects of financial practice risk management on financial operational success of automotive business. *Academy Journal of Northern*, 8(4), 12-26. **[in Thai]**
- The Comptroller General's Department. (2024). *Guidelines for preparing procurement and expediting the spending of budget funds for the year 2024*. Retrieved from <https://shorturl.asia/fX8jJ> **[in Thai]**
- Thongniwan, M., Poonpool, N., & Musik, N. (2020). Effect of government finance and fiscal accounting system on management success under the Ministry of Public Health Service. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University*, 12(3), 1-13. **[in Thai]**
- Vyhivska, I. M., Hryhorevska, O. O., Lyakhovich, G. I., & Khomenko, H. Y. (2019). Organization of accounting and risk-management of educational activity: Development directions in the conditions of implementation of the quality management system. *JEL Classification*, 23(41), 82-93.
- Wiphatkrut, S. (2014). A risk management model of Rajabhat Universities in Thailand. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 3(1), 45-67. **[in Thai]**
- Wutthijareansit, P., & Ariratana, W. (2015). The financial risk management in educational opportunity expansion schools under the Office of Khon Kaen Primary Educational Service Area 5. *Journal of Education Khon Kaen University*, 38(4), 120-130. **[in Thai]**
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

## ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น: การทบทวนวรรณกรรม อย่างเป็นระบบ

### Factors Influencing the Development of Moral Identity in Adolescents: A Systematic Literature Review

นฤมล ปิติตานันท์<sup>1\*</sup> และ นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล<sup>1</sup>

Naruemon Pititanun<sup>1\*</sup> and Numchai Supparekchaisakul<sup>1</sup>

Received: 29 April 2024

Revised: 13 August 2024

Accepted: 22 August 2024

#### Abstract

This study aims to synthesize various studies on personal factors supporting the development of moral identity in adolescents, as well as studies on environmental factors that contribute to this development. It involves a systematic literature review aimed at synthesizing factors influencing adolescents' moral identity. Spanning 2019 to 2023, this review encompasses both domestic and international literature from different databases such as PsycINFO and Web of Science, yielding 1,128 articles. Following a rigorous quality assessment using the SPIDER framework, 25 articles were deemed suitable for synthesis.

The findings revealed that the nine key personal factors influencing moral identity development were empathy, gender roles, age and experience, religious beliefs, social goal orientations, cognitive abilities, social self-efficacy, perceived social support, and situational benefits and costs. Furthermore, five environmental factors were identified: the parenting styles of teenagers, exposure to online virtual worlds, cultural differences, peer personalities, and educational systems. This research sheds light on the causal factors contributing to the moral identity of Generation Z adolescents. By providing a systematic review of the literature,

<sup>1</sup> สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>1</sup> Behavioral Science Institute, Srinakarinwirot University

\* ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: [naruemon.pititanun@g.swu.ac.th](mailto:naruemon.pititanun@g.swu.ac.th))

stakeholders can apply the findings to promote moral identity development among teenagers to mitigate future social problems and enhance the quality of individuals as well as society.

**Keywords:** *Moral Identity Development, Adolescents, Personal Factors, Environmental Factors, Systematic Literature Review*

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น และสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น โดยดำเนินการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่สนับสนุนอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น ครอบคลุมงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ตีพิมพ์ระหว่าง ปี พ.ศ. 2562 ถึง 2566 จากฐานข้อมูล อาทิ PsycINFO, Web of Science และอื่น ๆ รวมจำนวน 1,128 เรื่อง ถูกคัดเลือกและประเมินคุณภาพด้วย SPIDER เหลืองานวิจัยจำนวน 25 เรื่องเพื่อนำมาสังเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม 9 ปัจจัย คือ 1) ความเห็นอกเห็นใจ 2) บทบาทของเพศ 3) อายุและประสบการณ์ 4) การนับถือศาสนา 5) การมีเป้าหมายเพื่อสังคม 6) ความฉลาด 7) การรับรู้ความสามารถในการเข้าสังคม 8) การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม และ 9) ผลประโยชน์ตามสถานการณ์และต้นทุนต่อสถานการณ์ และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม จำนวน 5 ปัจจัย คือ 1) รูปแบบการเลี้ยงดู 2) โลกเสมือนทางออนไลน์ 3) ความแตกต่างทางวัฒนธรรม 4) ลักษณะนิสัยเพื่อน และ 5) ระบบโรงเรียน ประโยชน์ของการวิจัยครั้งนี้ทำให้เห็นภาพรวมและขอบเขตของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมว่า มีการศึกษาในแง่มุมใดมาแล้วเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่สนับสนุนการมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่นเจนเนอเรชัน Z ผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อค้นพบไปประยุกต์ใช้ เพื่อที่จะสนับสนุนการเกิดอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และพัฒนาคุณภาพคนและสังคม

**คำสำคัญ:** *การพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม, วัยรุ่น, ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม, การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ*

## บทนำ

คุณธรรม จริยธรรม เป็นกลไกสำคัญในการจัดระเบียบการอยู่ร่วมกันในสังคม การที่แต่ละบุคคลซึ่งมีความหลากหลายทางความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม ประเพณี และวัฒนธรรมจะอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบเรียบร้อย จำเป็นต้องมีคุณธรรมและจริยธรรมนำทางโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของสังคมเป็นสำคัญ (Durkheim, 1961) ปัจจุบันสังคมไทยให้คุณค่าและความสำคัญกับความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ความเจริญ

ทางเทคโนโลยี และความเจริญทางวัตถุ ให้คุณค่าคนโดยมองที่ฐานะทางเศรษฐกิจมากกว่าความดีที่กระทำ ส่งผลต่อปัญหาสังคมที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น อาทิ ปัญหาอาชญากรรม คอร์รัปชัน ความไม่ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

การพัฒนาในระดับคุณธรรม จริยธรรมจึงเป็นวาระเร่งด่วน ดังที่ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชทรงมีพระราชกระแสรับสั่งเมื่อพุทธศักราช 2555 ว่า “ต้องช่วยกันสร้างคนดีให้บ้านเมือง แม้การสร้างคนดีเป็นเรื่องยาก แต่ก็ต้องทำ ขอให้ถือเป็นหน้าที่” สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561 - 2580 (National Strategy Council, 2018) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ เน้นให้สถาบันทางสังคมบูรณาการระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ให้คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต สอดรับกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566 - 2570) (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) มุ่งพัฒนาให้คนไทยได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพในทุกช่วงวัย มีสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ มีคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกโฉมฉับพลันของโลก สามารถดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมได้อย่างสงบสุข

ที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น เป็นการศึกษา ปัจจัยสาเหตุบางปัจจัย อาทิ ปัจจัยด้านการเลี้ยงดู (Laible et al., 2019; Fatima, Dawood, & Munir, 2020) ลักษณะนิสัยของเพื่อน (Wang et al., 2020) และลักษณะการจัดการเรียนการสอน (Qashmer, 2016) ซึ่งไม่พบงานวิจัยที่ทำการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพรวม และรวบรวมว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น ซึ่งจะมีประโยชน์ในการจัดระบบและนำปัจจัยต่าง ๆ ที่ค้นพบไปศึกษา อันจะช่วยลดปัญหาสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และพัฒนาคุณภาพคนและสังคมต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น
2. เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น

### การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาจริยธรรม มีหลายทฤษฎี อาทิ ทฤษฎีพัฒนาเชาว์ปัญญา นำโดย Piaget (1962) ซึ่งกล่าวถึงพัฒนาการทางจริยธรรมขึ้นกับพัฒนาการทางเชาว์ปัญญา ซึ่งพบว่าเด็กทุกคนเกิดมามีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมตลอดเวลาและทำให้เกิดการพัฒนาทางเชาว์ปัญญา ต่อมา Kohlberg (1981)

ได้พัฒนาแนวคิดจากทฤษฎีเซาว์ปัญญาของเพียเจต์ โดยขยายขอบเขตให้ครอบคลุมมากขึ้น และเสนอทฤษฎีเหตุผลคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งให้ความสำคัญกับเหตุผลในการตัดสินใจทางจริยธรรม จากนั้น Bandura (1999) ได้พัฒนาทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม เชื่อว่าพฤติกรรมจริยธรรมเกิดจากการเรียนรู้ผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายใน คือ สติปัญญาแต่ละบุคคล กับภายนอก คือ สภาพแวดล้อมในประเทศไทย โดย Duangdeun (2001) นำเสนอทฤษฎีต้นไม้ ซึ่งศึกษาปัจจัยทางจิต รูปแบบการเลี้ยงดู เหตุผลเชิงจริยธรรม ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีเหตุผลจริยธรรมของโคห์ลเบิร์กซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับกล่าวว่า หากมีเหตุผลจริยธรรมย่อมทำให้เกิดพฤติกรรมจริยธรรม แต่ในการศึกษาเชิงประจักษ์พบความสัมพันธ์ในงานวิจัยที่ไม่มากนัก (Blasi, 1983) ส่งผลให้นักจิตวิทยาด้านจริยธรรมเริ่มทำการศึกษาและให้ความสำคัญกับอิทธิพลอื่น ๆ ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมจริยธรรม โดย Blasi (1983) นำเสนอทฤษฎีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม (Moral Identity) เป็นตัวเชื่อมระหว่างเหตุผลจริยธรรมกับพฤติกรรมทางจริยธรรม ซึ่งกล่าวว่า อัตลักษณ์เชิงจริยธรรมเป็นตัวทำนายการมีพฤติกรรมจริยธรรม หลังจากนั้นมิงงานวิจัยเชิงประจักษ์จำนวนมากที่สนับสนุนแนวคิดอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมว่า สัมพันธ์ต่อการมีพฤติกรรมทางจริยธรรม (Xing & Keung, 2014; Li et al., 2021)

Blasi (1980) กล่าวว่า องค์ประกอบอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความสามารถในการควบคุมตนเอง (Will Power), ความปรารถนาที่จะยึดมั่นใจจริยธรรม (Moral Desire) และการยึดมั่นในจริยธรรม (Integrity) การที่บุคคลมีความเป็นเอกภาพ สม่่าเสมอในพฤติกรรมของตนเองเกิดอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม ในขณะที่ Aquino, Freeman, Reed, Lim, and Felps (2009) นำเสนอ 2 มุมมองเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม กล่าวคือ มุมมองทางคุณลักษณะ (Character Perspective) อัตลักษณ์เชิงจริยธรรมมีลักษณะนิสัยที่มั่นคง (Trait) ไม่เปลี่ยนแปลง มีจริยธรรมเป็นศูนย์กลางอัตลักษณ์บุคคล ผสานกับค่านิยม การกระทำ ความคิด และเป้าหมายส่วนบุคคล (Monin & Jordan, 2009) และมุมมองที่สอง คือ มุมมองการเรียนรู้ทางสังคม (Social Cognitive Perspectives) มองว่าอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมมีความเป็นพลวัต (State) อิทธิพลของปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคล อาทิ อารมณ์ส่งผลต่อลักษณะนิสัยและพฤติกรรม (Bandura, 2001)

Blasi (1983) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมว่า เป็นสะพานเชื่อมระหว่างการตัดสินใจเชิงจริยธรรมและการกระทำ โดยมีแก่นแท้ตัวตนที่มีจริยธรรม อีกทั้ง Aquino and Reed (2002) ให้ความหมายอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมว่าเป็นแนวคิดของตนเองที่กำหนดเป็นแผนผัง (Schema) ทางความคิดที่ตนเองจัดระเบียบขึ้นและกลายเป็นลักษณะทางจริยธรรม ซึ่งเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดในความทรงจำ (ในลักษณะการกระตุ้นการเปิดใช้งาน) กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์เชิงจริยธรรม คือ การที่บุคคลมีศูนย์กลางตัวตนที่เป็นคนมีจริยธรรม ปรารถนาที่จะดำเนินชีวิตสอดคล้องกับความคิด ความรู้สึกของตนเอง ควบคุม และกำกับตนเองให้เป็นคนมีจริยธรรม

การพัฒนาอัตลักษณ์เกิดในช่วงวัยรุ่น (12 - 18 ปี) เป็นช่วงสำคัญในการพัฒนาทางจิตสังคมตามทฤษฎีของอิริคสัน (Erikson, 1994) ช่วงวัยของการแสวงหาตัวตน เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ของตนผ่าน

กระบวนการเลียนแบบ อาทิ จากบุคคลในครอบครัว ชุมชน และเพื่อน การพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมเห็นชัดเจนในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงเวลาสำคัญในการพัฒนาจริยธรรม (Piaget, 1981) สามารถเชื่อมโยงการกระทำกับความคิด การตัดสินใจได้ชัดเจน คาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจของตนเอง ติความสิ่งที่เป็นนามธรรมเป็นรูปธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่าในต่างประเทศมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น อาทิ ปัจจัยด้านครอบครัว เช่น การเลี้ยงดูของพ่อและแม่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว (Laible et al., 2019; Fatima et al., 2020) ปัจจัยด้านโรงเรียน อาทิ ลักษณะการจัดการเรียนการสอน (Qashmer, 2016), ปัจจัยด้านชุมชน อาทิ ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน (Matsuba, Murzyn, & Hart, 2013) ในขณะที่งานศึกษาในประเทศไทย ผู้วิจัยพบการศึกษาที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมจำนวนน้อย อาทิ อัตลักษณ์เชิงจริยธรรม และคตินิยมทางจิตใจ ในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพหลงตัวเองและพฤติกรรมการทำงานแบ่งถ่วง ความก้าวหน้า (Suvannonti, 2017) การศึกษาพฤติกรรมอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมตามการรับรู้ของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลทหารอากาศ (Dolrudee & Srisopa, 2018) โดยศึกษาตัวแปรอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม 3 ตัว คือ ความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ มีน้ำใจ อย่างไรก็ตามไม่พบงานวิจัยในไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่น

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แนวคิดการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น (12 - 18 ปี) โดยนำเสนอแนวคิดจาก Joanna Briggs Institute: JBI (2014) รวมถึงขั้นตอนทั้งหมดของกระบวนการทบทวนวรรณกรรม โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในวัยรุ่นในระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 - 2566 (ค.ศ. 2019 - 2023) เป็นงานการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ งานวิจัยในทุกแบบแผนการวิจัยที่ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม โดยมีเอกสารฉบับเต็มและเป็นภาษาอังกฤษที่สามารถเข้าถึงได้

#### เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือการวิจัยตามแนวคิด Joanna Briggs Institute (2014) ดังนี้

1. กำหนดคำสำคัญในการสืบค้น ได้แก่ คือ “Moral Development” “Moral Identity” “Moral” “การพัฒนาจริยธรรม” “จริยธรรม” “คุณธรรม” “ศีลธรรม” “อัตลักษณ์” และ “Adolescent” “Adolescents” “Youth” “Teen” “Generation Z” เป็นต้น

2. กำหนดแหล่งสืบค้นงานวิจัย ผ่านฐานข้อมูลทางวิชาการ ได้แก่ TCI, ProQuest, PsycINFO, Scopus and Web of Science เป็นหลัก เพื่อให้ผู้วิจัยมองเห็นภาพรวมของปัจจัยการมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม

3. เกณฑ์การคัดเลือก/คัดออก โดยคัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์คัดเลือก SPIDER (Methley, Campbell, Chew-Graham, McNally, & Cheraghi-Sohi, 2014) ซึ่งเหมาะสำหรับการทบทวนงานวิจัยที่ออกแบบด้วยรูปแบบการวิจัยผสมผสานวิธีและคุณภาพ เพื่อขยายขอบเขตการค้นหางานวิจัยเพื่อครอบคลุมเชิงคุณภาพ และผสมผสานวิธี

4. การคัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์คัดออก บทความที่เข้าถึงเฉพาะบทคัดย่อ งานวิจัยเป็นภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยที่ได้อ่านงานวิจัย แล้วทำการบันทึกข้อมูลที่จำเป็นลงในแบบบันทึกข้อมูล และทำการคัดเลือกงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญได้ทำการคัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์คัดเลือก/คัดออก ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** เกณฑ์การคัดเลือก/คัดออกตาม SPIDER (Sample-Phenomenon of Interest-Design-Evaluation-Research Type)

งานที่ศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างใด (Sample)	ปรากฏการณ์ ที่สนใจ (Phenomenon of Interest)	งานที่ศึกษา เป็นงานประเภทใด (Design)	ผลลัพธ์ การวัดผล (Evaluation)	เชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ หรือผสมวิธี (Research type)
“วัยรุ่น” or “teen” or “adolescent” or “gen z” or student	“Moral Identity”	“questionnaire <sup>(1)</sup> ” or “survey <sup>(2)</sup> ” or “interview <sup>(3)</sup> ” or “focus group <sup>(4)</sup> ” or “case study <sup>(5)</sup> ” or “observe <sup>(6)</sup> ”	“view <sup>(7)</sup> ” or “experience <sup>(8)</sup> ” or “opinion <sup>(9)</sup> ” or “attitude <sup>(10)</sup> ” or “understand <sup>(11)</sup> ”	“qualitative” or “quantitative” or “mixed method”

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> questionnaire หมายถึง แบบสอบถาม <sup>(2)</sup> survey หมายถึง สัมภาษณ์ <sup>(3)</sup> interview หมายถึง บทสัมภาษณ์  
<sup>(4)</sup> focus group หมายถึง การสนทนากลุ่ม <sup>(5)</sup> case study หมายถึง กลุ่มตัวอย่าง <sup>(6)</sup> observe หมายถึง การสังเกต <sup>(7)</sup> view หมายถึง มุมมอง <sup>(8)</sup> experience หมายถึง ประสบการณ์ <sup>(9)</sup> opinion หมายถึง ความคิดเห็น  
<sup>(10)</sup> attitude หมายถึง ทศนคติ <sup>(11)</sup> understand หมายถึง ความเข้าใจ

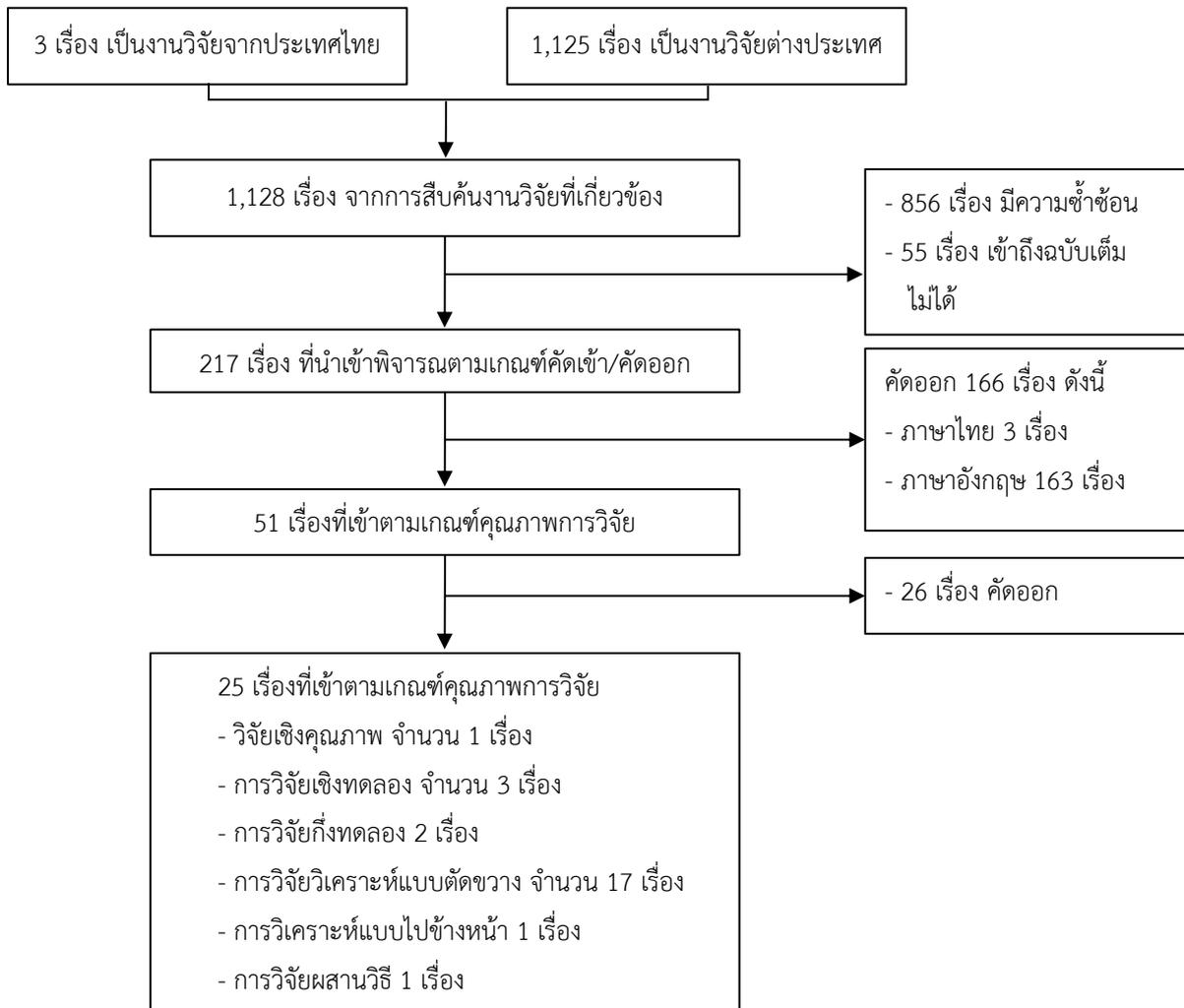
5. การสกัดข้อมูล ข้อมูลที่สกัดได้ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานการวิจัย ได้แก่ ชื่องานวิจัย ชื่อผู้วิจัย ปีที่พิมพ์รายละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะการวิจัย ได้แก่ ชื่อผู้วิจัย ปีที่เผยแพร่ผลงานวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่ออัตลักษณ์เชิงจริยธรรมใช้กรอบ SPIDER (Sample-Phenomenon of Interest-Design-Evaluation-Research Type) เพื่อคัดเลือกงานวิจัย โดยสรุปเนื้อหาของงานวิจัยและนำผลการวิจัยมาพิจารณาร่วมกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเด็น การพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ตามกรอบ SPIDER ที่ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาสังคมตรวจสอบ การวิเคราะห์ข้อมูล มีความเห็นสอดคล้องกันทุกประเด็น หากมีความคิดเห็นแตกต่างกันจะนำข้อสรุป มาอภิปรายร่วมกัน

### ผลการวิจัย

จากงานวิจัยทั้งหมด 1,128 เรื่อง คัดเลือกงานวิจัยที่เป็นบทความที่เข้าถึงฉบับเต็ม และงานวิจัยที่มีความซ้ำซ้อนในหลายฐานข้อมูล เหลือบทความ 217 เรื่อง ต่อมานำบทความ เข้ากระบวนการคัดเข้าและคัดออก (Inclusion-exclusion) ตามเกณฑ์ SPIDER โดยมีบทความที่คัดออก 166 เรื่อง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไม่ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จนทำให้ได้บทความวิจัยจำนวน 51 เรื่อง และได้นำงานวิจัยทั้ง 51 เรื่อง เข้าสู่การประเมินคุณภาพงานวิจัย (Quality Appraisal) คัดออกจำนวน 26 เรื่อง โดยเหลืองานวิจัยทั้งสิ้น จำนวน 25 เรื่อง สามารถแบ่งเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่อง การวิจัยเชิงทดลองจำนวน 3 เรื่อง การวิจัยกึ่งทดลอง 2 เรื่อง การวิจัยวิเคราะห์แบบตัดขวางจำนวน 17 เรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลช่วงยาวแบบศึกษาไปอนาคตข้างหน้า 1 เรื่อง และการวิจัยผสมวิธี 1 เรื่อง ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนผังการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ดังภาพที่ 1



**ภาพที่ 1** กระบวนการเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ  
 ที่มา: สรุปกระบวนการโดยคณะนักวิจัย

รายละเอียดงานวิจัยจำแนกตามชื่อผู้วิจัย ปีที่เผยแพร่ ประชากรในการศึกษา โดยใช้มุมมองการเรียนรู้ทางสังคม (Social Cognitive Perspectives) (Bandura, 2001) ในการแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม จำนวน 14 เรื่อง แบ่งได้เป็น 9 ปัจจัย โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความถี่มากที่สุด คือ ปัจจัยความเห็นอกเห็นใจ ความถี่จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมา คือ ปัจจัยที่มีความถี่จำนวน 2 เรื่อง มีปัจจัย 4 คือ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยการนับถือศาสนา และปัจจัยด้านการมีเป้าหมายเพื่อสังคม ความถี่จำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 15 และปัจจัยที่มีความถี่จำนวน 1 เรื่อง มีปัจจัย 4 คือ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ปัจจัยความฉลาด ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการเข้าสังคม และปัจจัยผลประโยชน์ตามสถานการณ์และต้นทุนต่อสถานการณ์ รายละเอียดดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** รายละเอียดบทความวิจัยจำแนกตามชื่อผู้วิจัย ปีที่เผยแพร่ ประชากรในการศึกษา และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม

ชื่อผู้วิจัย/ปีที่เผยแพร่	ประชากรในการศึกษา	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม
Bindra and DeCuir-Gunby (2020)	นักศึกษาในเมือง 105 คน	การนับถือศาสนา
Delfan, Rashid, Yaghoobi, and Kordnoghabi (2023)	นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายอิหร่าน 928 คน	ผลประโยชน์ตามสถานการณ์และต้นทุนต่อสถานการณ์
Fang and Huang (2023)	นักศึกษาจีน 489 คน	การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม
Guo, Sun, Cai, Zhang, and Song (2019)	นักศึกษาจีน 518 คน	ความฉลาด
Hoque, Salam, Akter, and Islam (2020)	นักศึกษาบังคลาเทศ 454 คน	การมีเป้าหมายทางสังคม
Kaur (2020)	นักศึกษาอินเดีย 400 คน	การนับถือศาสนา
Krettenauer, Lefebvre, Hardy, Zhang, and Cazzell (2022)	นักศึกษาสหรัฐ 131 คน	ความซื่อสัตย์ ความเห็นอกเห็นใจ
Mahmoud, Hayjneh, and Melhem (2019)	วัยรุ่น 611 คน	บทบาทของเพศ อายุ
Misch, Kristen-Antonow, and Paulus (2021)	ชาวเยอรมันอายุ 16 - 90 ปี 546 คน	การเพิ่มขึ้นของอายุและการรับรู้ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น
Patrick, Rote, Gibbs, and Basinger (2019)	นักเรียนผิวขาว 337 คน	การรับรู้ความสามารถในการเข้าสังคม
Saulnier (2019)	วัยรุ่นแคนาดา 392 คน	ความเห็นอกเห็นใจทางออนไลน์
Schipper and Koglin (2021)	วัยรุ่นเยอรมัน 749 คน	ความเห็นอกเห็นใจ
Schipper, Goagoses, and Koglin (2023)	นักเรียนเยอรมัน 455 คน	การวางเป้าหมายเพื่อสังคม ชุมชน
Yip (2022)	นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายฮ่องกง 62 คน	บทบาทของเพศ

ในขณะที่ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม มีจำนวน 12 เรื่อง แบ่งเป็น 5 ปัจจัย โดยปัจจัยที่มีความถี่มากที่สุด คือ ปัจจัยรูปแบบการเลี้ยงดู ความถี่จำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 33 ปัจจัยโลกเสมือนทางออนไลน์ ความถี่จำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 33 และปัจจัยด้านวัฒนธรรม

ความถี่จำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17 และปัจจัยที่มีความถี่จำนวน 1 เรื่อง คือ ลักษณะนิสัยเพื่อน และระบบโรงเรียน รายละเอียดดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** รายละเอียดบทความวิจัยจำแนกตามชื่อผู้วิจัย ปีที่เผยแพร่ ประชากรในการศึกษา และปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม

ชื่อผู้วิจัย/ปีที่เผยแพร่	ประชากรในการศึกษา	ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม
Fatima et al. (2020)	วัยรุ่นปากีสถาน 236 คน	รูปแบบการเลี้ยงดู
Goh, Dai, Liu, and Wen (2022)	นักเรียน 96 คน	การเปิดรับข้อความและรูปภาพทางออนไลน์
Greenhalgh (2021)	นักเรียนฝรั่งเศส 7 คน	การออกแบบเกมส์และคุณสมบัติของโลกเสมือนทางออนไลน์
Jia, Krettenauer, and Li (2018)	วัยรุ่นชาวแคนาดา 185 คน วัยรุ่นชาวจีน 148 คน	บริบทชุมชน สังคม วัฒนธรรม
Jia and Krettenauer (2022)	วัยรุ่นชาวแคนาดาเชื้อสายจีน	ความแตกต่างของวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก
Morgan and Fowers (2022)	นักเรียนสหราชอาณาจักร 788 คน	รูปแบบการเลี้ยงดู
Saulnier and Krettenauer (2022)	วัยรุ่นตอนต้นและผู้ใหญ่ตอนต้น แคนาดา 392 คน	บริบทออนไลน์ส่งผลเสียต่อโครงสร้างทางจริยธรรม
Sharabiani and Mikaeili (2019)	นักเรียนชาย มัธยมศึกษาตอนปลายบอสตัน 186 คน	สมาชิกครอบครัวมีทักษะการสื่อสารและการแก้ปัญหา
Teng, Nie, Zhu, and Guo (2020)	นักเรียนมัธยมศึกษาจีน 3,707 คน	การเล่นวิดีโอเกมที่รุนแรง
Wang et al. (2020)	นักเรียนจีน 438 คน	เพื่อนนิสัยไม่ดี เพิ่มโอกาสพัฒนานิสัยทางจริยธรรมที่ไม่ดี
Yip (2022)	นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายฮ่องกง 62 คน	โรงเรียนที่มีการสอนศาสนา
Zhang, Chen, Teng, and Guo (2021)	นักศึกษาจีน 1,796 คน	การเลี้ยงดูปกป้องมากเกินไป การเลี้ยงดูที่อบอุ่นทางอารมณ์

### อภิปรายผลการวิจัย

การสังเคราะห์และสรุปจากผลการศึกษานี้จำนวน 25 เรื่อง แบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม จำนวน 9 ปัจจัย และปัจจัยทางบริบทที่มีผลต่ออัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่นจำนวน 5 ปัจจัย ดังนี้

## 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม จำนวน 9 ปัจจัย

**1.1 ความเห็นอกเห็นใจ** การศึกษาของ Schipper and Koglin (2021) พบว่า อารมณ์ทางจริยธรรม คือ อารมณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ทางจริยธรรม เช่น ความรู้สึกผิด ความละอาย และความเห็นอกเห็นใจ อารมณ์ทางจริยธรรมเป็นตัวแปรคั่นกลาง ในความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางจริยธรรมและการตัดสินใจทางจริยธรรม เนื่องจากอารมณ์ทางจริยธรรมสามารถมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของบุคคลในการประพฤติตน โดยความเห็นอกเห็นใจ เป็นอารมณ์ที่สำคัญต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ Krettenauer et al. (2022) พบว่า ความเห็นอกเห็นใจและความซื่อสัตย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมในระดับระหว่างบุคคลแต่ไม่พบในความสัมพันธ์ในระดับบุคคล และการศึกษาของ Saulnier (2019) พบว่า อัตลักษณ์เชิงจริยธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเห็นอกเห็นใจทางออนไลน์ ทั้งนี้ความเห็นอกเห็นใจที่มีมากส่งผลต่ออารมณ์ทางจริยธรรมที่จะเพิ่มมากขึ้น

**1.2 บทบาทของเพศ** การศึกษาของ Yip (2022) พบว่า วิธีที่เด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม คือ เด็กผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมที่แข็งแกร่งกว่า และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาจริยธรรมผ่านการใช้อารมณ์ ในขณะที่เด็กผู้ชายมีการพัฒนาจริยธรรมผ่านการใช้เหตุผล ในขณะที่งานศึกษาของ Mahmoud et al. (2019) ไม่พบว่าบทบาททางเพศมีผลต่ออัตลักษณ์เชิงจริยธรรม

**1.3 อายุ และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม** การศึกษาของ Jia and Krettenauer (2022) ที่เปรียบเทียบชาวจีนในประเทศจีนกับชาวจีนในแคนาดา พบว่า ชาวจีนในแคนาดามีความคล้ายคลึงกับค่านิยมทางวัฒนธรรมของชาวแคนาดาในยุโรปมากกว่าชาวจีนในประเทศจีน และผู้ที่อพยพย้ายถิ่นหลังจากอายุ 15 ปีมีแนวโน้มที่จะยึดถือวัฒนธรรมเดิมมากกว่าผู้ที่ย้ายเข้ามาก่อนอายุ 15 ปี ซึ่งให้เห็นว่า ประสบการณ์และวัฒนธรรมที่บุคคลได้รับในช่วงอายุของชีวิตมีความสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม

**1.4 การนับถือศาสนา** การศึกษาของ Kaur (2020) พบว่า ศาสนามีผลต่อการจัดลำดับความสำคัญของค่านิยมทางจริยธรรมและอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของบุคคล การนับถือศาสนาเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลจัดลำดับความสำคัญของค่านิยมทางจริยธรรมเหนือประโยชน์ส่วนตน และเมื่อจริยธรรมกลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ผ่านการนับถือศาสนา บุคคลที่นับถือศาสนาก็จะมีแรงจูงใจในการให้เหตุผลทางจริยธรรมมากกว่าบุคคลที่ไม่ได้นับถือศาสนา

**1.5 การมีเป้าหมายเพื่อสังคม** การศึกษาของ Hoque et al. (2020) และ Schipper et al. (2023) พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมและการมีเป้าหมายเพื่อสังคม โดยบุคคลที่มีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมที่เข้มแข็งมีแนวโน้มจะมีเป้าหมายเพื่อสังคม เช่น การเป็นอาสาสมัคร การช่วยเหลือผู้อื่น และมีพฤติกรรมความเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

**1.6 ความฉลาด** การศึกษาของ Guo et al. (2019) พบว่า ความฉลาดเป็นทักษะที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม กล่าวคือ บุคคลที่มีความฉลาดสามารถเข้าใจและรับรู้เรื่องจริยธรรมได้ดี รวมถึงบุคคลที่มีความฉลาดย่อมมีแรงจูงใจจากความรู้สึกของตนเองในการส่งเสริมสวัสดิภาพของผู้อื่น

ซึ่งการเชื่อมโยงนี้ส่งผลให้บุคคลที่ฉลาดมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมที่แข็งแกร่ง เพราะตระหนักถึงคุณค่าที่จะรักษาจริยธรรม อาทิ ความยุติธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ยิ่งไปกว่านั้นผลการวิจัยยังพบว่า สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความฉลาด

**1.7 การรับรู้ความสามารถในการเข้าสังคม** การศึกษาของ Patrick et al. (2019) พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองในการเข้าสังคม หรือความสามารถในการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งสะท้อนผ่านระดับความมั่นใจและการกล้าแสดงออกทางสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม กล่าวคือ ยิ่งรับรู้ความสามารถของตนในการเข้าสังคมมากเท่าไร ก็ยิ่งมั่นใจที่จะเข้าไปช่วยเหลือผู้ที่อ่อนแอกว่ามากขึ้น

**1.8 การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม** การศึกษาของ Fang and Huang (2023) พบว่าการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ส่งผลให้บุคคลที่ได้รับสนับสนุนจากสังคมในระดับสูง รู้สึกปลอดภัยและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมด้วยทัศนคติเชิงบวก ในทางกลับกัน บุคคลที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมในระดับต่ำ จะตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมในเชิงลบและเฉยเมย อีกทั้งการที่บุคคลได้รับการสนับสนุนจากสังคมสิ่งต่าง ๆ จะไม่หยุดแค่ตัวเอง แต่จะส่งต่อทัศนคติ และพฤติกรรมในเชิงบวกต่อย

**1.9 ผลประโยชน์ตามสถานการณ์และต้นทุนต่อสถานการณ์** การศึกษาของ Delfan et al. (2023) ได้เสนอข้อมูลชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับของผลประโยชน์ตามสถานการณ์ และต้นทุนต่อสถานการณ์กับพฤติกรรมทางจริยธรรมของบุคคลพบว่า เมื่อระดับของผลประโยชน์ตามสถานการณ์เพิ่มสูงขึ้น ก็จะมีการเพิ่มพฤติกรรมทางจริยธรรมเชิงบวก ซึ่งอาจแสดงถึงความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับผลประโยชน์จากสถานการณ์ และตอบสนองด้วยพฤติกรรมที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางจริยธรรม ในขณะเดียวกัน ต้นทุนที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลต่อการลดลงของพฤติกรรมทางจริยธรรมในเชิงลบ เพราะเมื่อมีต้นทุนที่ต้องจ่ายจากการกระทำที่ไม่ดี พวกเขามักจะพยายามลดค่าใช้จ่ายหรือความทุกข์ที่เกิดจากสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจ ทำให้มีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทางที่ไม่ดีเพื่อลดความเครียดหรือปัญหาที่เกิดขึ้น

## 2. ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น จำนวน 5 ปัจจัย

**2.1 รูปแบบการเลี้ยงดู** การศึกษาของ Fatima et al. (2020); Zhang et al. (2021); Morgan and Fowers (2022) สรุปรูปแบบเลี้ยงดูและอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่นว่า การเลี้ยงดูที่สนับสนุนและเอาใจใส่มีผลที่ดีต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมทางบวก ในขณะที่รูปแบบการเลี้ยงดูแบบตามใจ และรูปแบบการเลี้ยงดูแบบควบคุมของแม่สัมพันธ์เชิงลบกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม โดยการเลี้ยงดูที่มีการควบคุมมากเกินไป ย่อมสร้างความละเอียดทางจริยธรรมในวัยรุ่น ในขณะที่การเลี้ยงดูแบบควบคุมของพ่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม จึงกล่าวได้ว่า การเลี้ยงดูที่มีการควบคุมที่มีความสมดุลกับการสนับสนุนและเอาใจใส่มีผลที่ดีต่อความแข็งแกร่งของอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม ในขณะที่รูปแบบการเลี้ยงดูที่อบอุ่นทางอารมณ์สัมพันธ์เชิงลบกับความละเอียดทางจริยธรรม แต่การเลี้ยงดูที่เน้นการอบอุ่นทางอารมณ์เกินไปอาจส่งผลให้วัยรุ่นมีความละเอียดทางจริยธรรม จะเห็นได้ว่าการเลี้ยงดูมีบทบาทสำคัญในการสร้าง

ค่านิยมทางจริยธรรมในวัยรุ่น โดย Sharabiani and Mikaeili (2019) พบว่า การที่สมาชิกในครอบครัวมีการสื่อสารที่ชัดเจน มีการสนับสนุน และมีการตั้งกฎเกณฑ์ที่เหมาะสมย่อมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมทางบวกที่เข้มแข็งในวัยรุ่น

**2.2 โลกเสมือนทางออนไลน์** การศึกษาของ Saulnier and Krettenauer (2022) พบว่า อัตลักษณ์เชิงจริยธรรมต่ำลงในบริบทออนไลน์ เมื่อเปรียบเทียบกับการเล่นในบริบทครอบครัวและกับเพื่อน กล่าวคือ บริบทออนไลน์มีผลทำลายโครงสร้างทางจริยธรรมและเพิ่มความเสี่ยงต่อพฤติกรรมที่ขัดกับมาตรฐานสังคมออนไลน์ เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ การหลอกลวง และการแฮ็กข้อมูล รวมถึง Greenhalgh (2021) พบว่า โลกเสมือนทางออนไลน์และเกมมีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของผู้เล่น กล่าวคือ กลไกในการเล่นในเกมในทางบวกส่งเสริมพฤติกรรมทางจริยธรรม ในขณะที่การเล่นวิดีโอเกมที่รุนแรงทำนายการแสดงพฤติกรรมรุนแรงทั้งในสถานการณ์ออฟไลน์และออนไลน์ในวัยรุ่น และสถานการณ์จำลองสามารถปลูกฝังความรุนแรงและการละเลยจริยธรรมได้ (Teng et al., 2020) อย่างไรก็ตาม Goh et al. (2022) พบว่า การส่งข้อความและรูปภาพที่ส่งเสริมพฤติกรรมทางจริยธรรมทางออนไลน์ ช่วยเพิ่มอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมได้

**2.3 ความแตกต่างทางวัฒนธรรม** การศึกษาของ Jia and Krettenauer (2022) พบว่า บุคคลที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมที่ต่างกัน โดยชาวจีนที่มาอยู่ในแคนาดาหลังอายุ 15 ปี จะมีอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมแบบคนจีน ในขณะที่คนจีนที่มาอยู่ในแคนาดา ก่อนอายุ 15 ปี จะมีความคล้ายคลึงกับค่านิยมของชาวแคนาดาในยุโรป สะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อทางจริยธรรมสอดคล้องกับวัฒนธรรม เช่น ชาวตะวันตกมักจัดลำดับความสำคัญของจริยธรรมที่ “ยึดหลักความถูกต้อง” ในขณะที่ชาวตะวันออกจัดลำดับความสำคัญของ “หน้าที่ที่มีต่อจริยธรรม” ทั้งนี้เกิดจากบริบทวัฒนธรรมตะวันตกเน้นย้ำถึงจริยธรรมที่มุ่งเน้นเฉพาะบุคคล ขณะที่ผู้คนจากวัฒนธรรมตะวันออกถือว่า บุคคลที่มีจริยธรรมสูงควรให้ความสำคัญกับส่วนรวมและการพึ่งพาอาศัยกัน (Markus & Kitayama, 1991) ดังนั้นการเป็นคนมีจริยธรรมในสังคมตะวันออกอาจสะท้อนถึงบรรทัดฐานของกลุ่มมากกว่าจริยธรรมของบุคคล

**2.4 ลักษณะนิสัยของเพื่อน** จากการศึกษาของ Wang et al. (2020) พบว่า การเข้าร่วมกับเพื่อนที่มีนิสัยไม่ดีสามารถมีผลเชิงลบต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น เพราะเป็นโอกาสพัฒนานิสัยทางจริยธรรมที่ไม่ดี การละเลยทางจริยธรรม และการหาเหตุผลเข้าข้างตนเองในพฤติกรรมการรังแกผู้อื่นของตนเอง

**2.5 ระบบโรงเรียน** ผลการศึกษาของ Yip (2022) พบว่า โรงเรียนที่มีการสอนศาสนาส่งผลในการรักษาจริยธรรมมากขึ้น เนื่องจากการศึกษาให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยมทางจริยธรรมและทฤษฎีทางจริยธรรมต่าง ๆ ดังนั้นนักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมเสริมด้านศาสนามีการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมที่แข็งแกร่งขึ้น เนื่องจากมีโอกาสในการเรียนรู้และปฏิบัติตามคำสอนและค่านิยมทางศาสนา

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้ คือ งานที่นำมาศึกษาทั้งหมดเป็นการศึกษาในต่างประเทศ ผลลัพธ์ของปัจจัยที่ค้นพบจึงเป็นบริบทในต่างประเทศเป็นหลัก การนำมาใช้ในบริบทประเทศไทยอาจต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการเลี้ยงดูซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญด้านสภาพแวดล้อมที่พัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม อาทิ การสนับสนุนให้มีโรงเรียนพ่อแม่ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับพ่อแม่ในการเลี้ยงดูลูกอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางจริยธรรมของวัยรุ่น
2. ควรมีการสร้างโปรแกรมและกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีเป้าหมายเพื่อสังคมในวัยรุ่น เช่น โครงการอาสาสมัครหรือกิจกรรมที่เน้นการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม จะช่วยกระตุ้นให้วัยรุ่นมีความรับผิดชอบและได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม
3. ควรมีการส่งเสริมให้วัยรุ่นเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและมีสติ เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมหรืออันตราย การสร้างความเข้าใจในผลกระทบที่เป็นไปได้ของการใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ดีต่อชีวิตประจำวันและสังคม การสร้างการแสดงออกที่เหมาะสมในอินเทอร์เน็ต รวมถึงบทบาทของครอบครัวและสถานศึกษาในการดูแลวัยรุ่นในการใช้อินเทอร์เน็ต
4. ควรมีนโยบายการศึกษาที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม เช่น การเตรียมความพร้อมและการอบรมให้กับครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อเข้าใจและสนับสนุนพฤติกรรมที่สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่นในช่วงระยะเวลาที่สำคัญ การเพิ่มวิชาการที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าและจริยธรรมในหลักสูตรการศึกษา หรือการสนับสนุนโครงการที่เน้นการพัฒนาจริยธรรมของวัยรุ่นในชุมชน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้ทำให้ทราบปัจจัยเชิงสาเหตุในการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรม ซึ่งสามารถนำเอาข้อค้นพบนี้มาการศึกษาต่อโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสามารถเจาะลึกให้รายละเอียดว่า ปัจจัยสาเหตุที่ค้นพบส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมวัยรุ่นได้อย่างไร
2. แม้ว่าการวิจัยนี้จะเป็นการสังเคราะห์ทำให้ทราบปัจจัยสาเหตุของการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมของวัยรุ่น แต่งานวิจัยที่รวบรวมมาสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในบริบทต่างประเทศ ยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาวัยรุ่นในบริบทสังคมไทย ดังนั้นในงานวิจัยต่อไปควรนำเอาปัจจัยสาเหตุที่พบเหล่านี้ไปศึกษาเพื่อทดสอบว่าจะเป็นปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมวัยรุ่นได้หรือไม่ อย่างไร

## เอกสารอ้างอิง

- Aquino, K., & Reed II, A. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology, 83*(6), 1423-1440.
- Aquino, K., Freeman, D., Reed II, A., Lim, V. K., & Felps, W. (2009). Testing a social-cognitive model of moral behavior: The interactive influence of situations and moral identity centrality. *Journal of Personality and Social Psychology, 97*(1), 123-141.
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review, 3*(3), 193-209.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology, 52*(1), 1-26.
- Bindra, V. G., & DeCuir-Gunby, J. T. (2020). Race in cyberspace: College students' moral identity and engagement with race-related issues on social media. *The Urban Review, 52*(3), 541-561.
- Blasi, A. (1980). Bridging moral cognition and moral action: A critical review of the literature. *Psychological Bulletin, 88*(1), 1-45.
- Blasi, A. (1983). Moral cognition and moral action: A theoretical perspective. *Developmental Review, 3*(2), 178-210.
- Delfan Beiranvand, A., Rashid, K., Yaghoobi, A., & Kordnoghabi, R. (2023). Redictors of adolescents' moral behavior based on moral attitude, moral identity, benefit and cost. *Journal of Psychological Science, 21*(119), 2145-2163.
- Dolrudee, R., & Srisopa, I. (2018). A study of moral identity behavior based on the perception of personnel at the Royal Thai Air Force Nursing College. *Journal of The Royal Thai Army Nurses, 19*(2), 191-200. **[in Thai]**
- Duangdeun, P. (2001). *The moral tree theory: Research and personal development*. Bangkok: Graduate School of Public Administration, National Institute of Development Administration. **[in Thai]**
- Durkheim, E. (1961). *Moral education: A study in the theory and application of the sociology of education*. New York: Free Press.
- Erikson, E. H. (1994). *Identity and the life cycle*. New York: WW Norton & Company.

- Fang, S., & Huang, M. (2023). Relationship between moral elevation and prosocial behavior among college students: The mediating role of perceived social support and moderating role of moral identity. *International Journal of Mental Health Promotion, 25*(3), 343-356.
- Fatima, S., Dawood, S., & Munir, M. (2020). Parenting styles, moral identity and prosocial behaviors in adolescents. *Current Psychology, 41*(2), 902-910.
- Goh, T. T., Dai, X., Liu, I. Q., & Wen, B. (2022). Heightening of moral identity: The role of mobile prosocial messages and presence. *Journal of Moral Education, 51*(2), 139-154.
- Greenhalgh, S. P. (2021). Influences of game design and context on learners' trying on moral identities. *The Journal of Experimental Education, 89*(3), 450-467.
- Guo, Q., Sun, P., Cai, M., Zhang, X., & Song, K. (2019). Why are smarter individuals more prosocial? A study on the mediating roles of empathy and moral identity. *Intelligence, 75*, 1-8.
- Hoque, S., Salam, A., Akter, S., & Islam, A. S. (2020) *The effect of teachers-students ethical relationship on citizenship behavior of students in college: Moderating role of students' moral identity* (Draft report). Bangladesh: National Academy for Educational Management (NAEM), Ministry of Education.
- Jia, F., & Krettenauer, T. (2022). Moral identity and acculturation process among Chinese Canadians: Three cultural comparisons. *International Journal of Intercultural Relations, 88*, 125-132.
- Jia, F., Krettenauer, T., & Li, L. (2018). Moral identity in cultural context: Differences between Canadian and Chinese university students. *Journal of Moral Education, 48*(2), 247-262.
- Joanna Briggs Institute. (2014). *New JBI levels of evidence*. Adelaide: Joanna Briggs Institute.
- Kaur, S. (2020). Effect of religiosity and moral identity internalization on prosocial behaviour. *Journal of Human Values, 26*(2), 186-198.
- Kohlberg, L. (1981). *Essays on moral development*. San Francisco: Harper & Row.
- Krettenauer, T., Lefebvre, J. P., Hardy, S. A., Zhang, Z., & Cazzell, A. R. (2022). Daily moral identity: Linkages with integrity and compassion. *Journal of Personality, 90*(5), 663-674.

- Laible, D., Conover, O., Eberly Lewis, M., Karahuta, E., Van Norden, C., Stout, W., ... & Cruz, A. (2019). The quality of mother-adolescent disclosure: Links with predictors and adolescents' sociomoral outcomes. *Social Development, 28*(4), 782-801.
- Li, Z., Zhu, Y., Zhang, L., Liao, J., Gong, Y., Zhang, Q., ... & Zhang, Z. (2021). The effect of positive reciprocity in the relationship between college students' moral identity and moral behavior. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 49*(6), 1-14.
- Mahmoud, A., Hayjneh, W. S., & Melhem, M. A. (2019). Measurement invariance of the moral identity scale among adolescents, according to student gender. *Education Research, 10*(1), 223-235.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Cultural variation in the self-concept. In J. Strauss (Ed.), *The self: Interdisciplinary approaches* (pp. 18-48). New York: Springer.
- Matsuba, M. K., Murzyn, T., & Hart, D. (2013). Moral identity development and community. In M. Killen & J. G. Smetana (Eds.), *Handbook of moral development* (2nd ed., pp. 520-537). New York: Psychology Press.
- Methley, A. M., Campbell, S., Chew-Graham, C., McNally, R., & Cheraghi-Sohi, S. (2014). PICO, PICOS and SPIDER: A comparison study of specificity and sensitivity in three search tools for qualitative systematic reviews. *BMC Health Services Research, 14*(579), 1-10.
- Misch, A., Kristen-Antonow, S., & Paulus, M. (2021). A question of morals? The role of moral identity in support of the youth climate movement Fridays4Future. *PloS One, 16*(3), e0248353.
- Monin, B., & Jordan, A. H. (2009). The dynamic moral self: A social psychological perspective. In D. Narvaez & D. Lapsley (Eds.), *Personality, identity, and character: Explorations in moral psychology* (pp. 341-354). Cambridge: Cambridge University Press.
- Morgan, B., & Fowers, B. (2022). Empathy and authenticity online: The roles of moral identity, moral disengagement, and parenting style. *Journal of Personality, 90*(2), 183-202.
- National Strategy Council 2018 - 2037. (2018, October 13). *Royal Gazette*. Volume 135 Part 82η, pp. 35-43. **[in Thai]**
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The thirteenth national economic and social development plan (2023-2027)*. Bangkok: Office of the Prime Minister. **[in Thai]**

- Patrick, R. B., Rote, W. M., Gibbs, J. C., & Basinger, K. S. (2019). Defend, stand by, or join in?: The relative influence of moral identity, moral judgment, and social self-efficacy on adolescents' bystander behaviors in bullying situations. *Journal of Youth and Adolescence, 48*(10), 2051-2064.
- Piaget, J. (1962). *The moral judgment of the child*. New York: Collier.
- Piaget, J. (1981). *Intelligence and affectivity: Their relationship during child development*. Palo Alto, CA: Annual Reviews.
- Qashmer, A. F. (2016). *Character education and adolescents' moral identity development (actual and ideal)* (Doctoral dissertation). University of Missouri, Columbia.
- Saulnier, L. (2019). *Moral identity, moral disengagement, and online behavior from adolescence to young adulthood* (Doctoral dissertation). Wilfrid Laurier University, Canada.
- Saulnier, L., & Krettenauer, T. (2022). Internet impropriety: Moral identity, moral disengagement, and antisocial online behavior within an early adolescent to young adult sample. *Journal of Adolescence, 95*(2), 264-283.
- Schipper, N., & Koglin, U. (2021). The association between moral identity and moral decisions in adolescents. *Child and Adolescent Development, 2021*(179), 111-125.
- Schipper, N., Goagoses, N., & Koglin, U. (2023). Associations between moral identity, social goal orientations, and moral decisions in adolescents. *European Journal of Developmental Psychology, 20*(1), 107-129.
- Sharabiani, A. A., & Mikaeili, N. (2019). The role of family function in predicting the moral identity of high school boys with high-risk behaviors. *Bioethics, 9*(33), 31-40.
- Suvannonti, C. (2017). *Moral identity and collective attitude as predictors of the relationship between self-image and progress-oriented work behavior* (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. [in Thai]
- Teng, Z., Nie, Q., Zhu, Z., & Guo, C. (2020). Violent video game exposure and (Cyber) bullying perpetration among Chinese youth: The moderating role of trait aggression and moral identity. *Computers in Human Behavior, 104*, 106193.

- Wang, X., Yang, J., Wang, P., Zhang, Y., Li, B., Xie, X., & Lei, L. (2020). Deviant peer affiliation and bullying perpetration in adolescents: The mediating role of moral disengagement and the moderating role of moral identity. *The Journal of Psychology, 154*(3), 199-213.
- Xing, X. Z., & Keung, M. H. (2014). Moral identity in chinese context: Construction and validation of an objective measure. *Research on Humanities and Social Sciences, 4*(2), 34-45.
- Yip, C. M. (2022). *Examining moral orientation, moral development, moral identity and moral courage of senior secondary school students in Hong Kong: The impacts of different ethics and religious studies curriculums* (Doctoral dissertation). Hong Kong Baptist University, Hong Kong.
- Zhang, Y., Chen, C., Teng, Z., & Guo, C. (2021). Parenting style and cyber-aggression in Chinese youth: The role of moral disengagement and moral identity. *Frontiers in Psychology, 12*, 621878.

## Exploring Chinese Homeland Sentiment in the Food Documentary: A Bite of China

Zhu Guangde<sup>1\*</sup>, Kanokporn Numtong<sup>1</sup>, and Kewalee Petcharatip<sup>1</sup>

Received: 27 May 2024

Revised: 30 August 2024

Accepted: 4 September 2024

### Abstract

This article utilizes the theories of film art, narratology, semiotics, and documentary filmmaking to analyze the text structure, audio-visual representation, and symbolism of the Chinese food documentary “A Bite of China”. The article reveals that the film not only showcases distinctive cuisines and their preparation processes from places throughout China, but also extensively examines the close connection between food and Chinese culture.

This article focuses on exploring homeland sentiment that is embedded in this documentary and its cultural significance, finding that it mainly consists of the camaraderie of neighbors supporting each other and the homesickness of longing for one’s hometown. By referencing aspects of daily life, narrating from the perspective of ordinary Chinese people, and meticulously portraying characters, this documentary effectively conveys the deep feelings that they have towards their homeland and culture. This article points out that this mode of expression not only strengthens its emotional resonance with the audience, but also promotes the exchange and integration of traditional Chinese culture with modern values, providing a unique perspective that enables global audiences to understand Chinese culture.

**Keywords:** *A Bite of China, Food Documentary, Homeland Sentiment*

<sup>1</sup> Faculty of Humanities, Kasetsart University

\* Corresponding e-mail: 253488199@qq.com

## Introduction

A Bite of China is the first major high-definition food-themed documentary filmed in China, and it has had a widespread global impact. Following the popularity of A Bite of China, other food documentaries have been filmed, including A Bite of Chongqing, A Bite of Luoyang, and A Bite of the New Year, known as the Bite series.

A Bite of China highlights Chinese people's pursuit of the beauty of food and life while using personal stories to narrate China's regional food culture. On the surface, it introduces food and its preparation, offering the audience insights into China's regional ingredients and culinary methods. However, underneath this is China's unique culture, reflecting its image and showcasing Chinese cultural heritage regarding lifestyle, ideological concepts, and ritual ethics, portraying China's multilayered traditions and values, with the concept of homeland sentiment resonating most with the audience (Wang, 2020).

Homeland sentiment is an important aspect of traditional Chinese culture that influences every Chinese person. While showcasing a variety of foods, A Bite of China also interprets the significance of food in people's everyday lives by depicting family life, neighborhood interactions, and other home-related scenes. Home is a sacred and symbolic place in the hearts of all Chinese people. In this documentary, food embodies individuals' memories of their family and hometown, more vividly expressing their homeland sentiment. This imagery, and emotions associated with concepts such as "hometown," "nostalgia," "parting," and "reunion" frequently emerge as symbolic motifs in A Bite of China.

Therefore, a deeper exploration of the connotations of the homeland concept and conceptualization among Chinese people can contribute to a more comprehensive understanding of Chinese social and cultural dynamics. Discussing how A Bite of China employs narrative and visual art techniques to portray these concepts can uncover the visual art expressions that evoke emotional resonance among Chinese audiences.

## Objectives

1. This article aims to explore the connotation of the homeland sentiment among Chinese people by analyzing the content of the documentary A Bite of China.

2. This article aims to investigate how food documentaries convey homeland sentiment through audiovisual language and narrative strategies.

## Literature Review

Numerous scholars have researched documentary theory, the artistic expression of food documentaries, the artistic and cultural value of these documentaries, and studies on their cultural significance. This article aims to review the theoretical foundation of documentaries, the current research on Chinese and foreign-made food documentaries like *A Bite of China*, and their cultural significance such as homeland sentiment. It explores how documentaries express and promote cultural communication and homeland sentiment.

### Theoretical Foundations

This article seeks to conduct an in-depth exploration of the theme of homeland nostalgia as represented in *A Bite of China*, and the documentary's artistic modes of expression. This study will analyze the textual characteristics of food-related documentaries by employing concepts from film art, including visual language, auditory language, and montage, to examine aspects such as cinematography, composition, lighting, mise-en-scène, narration, and music. The objective is systematically to summarize and categorize the cinematic techniques utilized in the documentary to convey emotions and interpret the concept of homeland.

In examining the narrative perspective, structure, and semiotic systems of *A Bite of China*, this study will apply Genette's (1980) narrative theory and Barthe's (1977) semiotic theory to investigate the narrative mechanisms and methods of meaning-making within the documentary. Food and culture are intrinsically linked, exhibiting a close and interdependent relationship, with the bond between food and the concept of home being especially profound. On one hand, the preparation of food, culinary customs, and the aesthetics of cuisine are shaped by philosophical, historical, ethical, and aesthetic dimensions of traditional culture. Conversely, culinary practices also encompass diverse social phenomena within cultural domains, including social change, folk rituals, religious beliefs, and literary arts. Food and culture constitute a comprehensive system that is mutually embedded and co-evolving. This study will utilize Tylor's (1992) cultural theory to explore these interrelationships.

Food related documentaries emphasize cultural expression, responding not only to the imperatives of preserving traditional culture and addressing contemporary demands but also reflecting a process of self-innovation in both content and form. This reflects the

intellectual awareness and social responsibility of contemporary documentary creators in promoting traditional culture and chronicling the present socio-cultural milieu.

In conclusion, the examination of the textual characteristics and creative techniques of specific documentaries will entail a comprehensive application of film theory; narrative theory; documentary production theory and cultural psychology.

### **Current Research on Food Documentaries A Bite of China**

Research on food documentaries varies considerably between Chinese and international scholars. In China, academic interest in these documentaries surged following the release of the first season of A Bite of China in 2012, focusing primarily on narrative techniques, communication strategies, and cultural values.

#### **1. Research on Narrative Techniques**

Studies on the narrative techniques of food documentaries frequently employ narratological theories to examine narrative art from multiple perspectives. These analyses have provided both theoretical frameworks and practical guidance for future documentary production. For instance, Zhou (2016) examined the narrative techniques in A Bite of China, highlighting it as a successful example of food documentary storytelling. He (2016) explored its narrative construction, strategies, and cultural values, while Li (2017) discussed its approach to popularizing food culture through storytelling.

#### **2. Research on Communication Strategies**

Research on communication strategies has predominantly centered around A Bite of China. Scholars have applied communication theories to understand how these documentaries effectively disseminate cultural narratives. Hu (2014) analyzed the documentary's media strategies, illustrating how it uses aesthetics to convey cultural concepts and expand its reach to a global audience. Similarly, Li and Xue (2017) examined how food documentaries depict regional images, allowing viewers to engage with cultural customs through the lens of food.

#### **3. Research on Cultural Value**

The cultural value of food documentaries has also been a significant area of focus, particularly in the context of A Bite of China. Long (2013) examined how the documentary reflects Chinese spiritual culture, while Zhang (2016) utilized representation theory to analyze its symbolic use of food and cultural traditions. Other studies, such as

those by Wang (2013); Yang, He, and Zhao (2013), have explored the symbolic relationship between food and cultural memory, noting its role in expressing traditional values. However, these studies often lack a combined analysis of visual language and narrative strategies across different documentaries.

The research conducted by the aforementioned scholars has offered substantial theoretical foundations and methodological guidance for this study. Distinguishing itself from prior studies, this research further refines the scope by specifically investigating the cultural connotations associated with the Chinese sense of home. Additionally, it provides a deeper analysis of how this sense of home is articulated through various artistic forms, thereby offering a more comprehensive understanding of its cultural significance.

### **Current Research on Food Documentaries and Their Relationship to Homeland Sentiment and Other Ethnic Culture**

The popularity of *A Bite of China* has sparked comprehensive studies on food documentaries and their role in representing ethnic culture, but research specifically linking them to homeland sentiment remains limited.

#### **1. Research on Food Documentaries and Ethnic Culture**

Chinese scholars have analyzed *A Bite of China* for its portrayal of ethnic identity and cultural construction. Yu (2012) explored its role in constructing China's national image, while Xu (2015) examined its depiction of China's diverse geographical and cultural landscapes. Xiong (2013) assessed its effectiveness in cross-cultural communication contexts, and Wang (2015) compared different documentaries to understand how cultural differences impact the construction of national images.

#### **2. Research on Homeland Sentiment**

Research on the Chinese concept of homeland sentiment has primarily focused on literature, with limited exploration of film and television, and few documentaries addressing this theme. Zhong (2019) traced the idea back to an ancient book written by Xu Shen and completed around 100 AD, *Shuowen Jiezi*, identifying core elements such as security, tranquility, prosperity, and belonging, as reflected in the praise of living spaces and their enduring value in harmonizing communities. Xie (2017) examined Du Fu's poetry to highlight the homeland as both a geographical space and a spiritual construct, combining emotional, artistic, and cultural elements. Yu (2014) explored Su Shi's lifelong nostalgia,

while Li and Huang (2010) discussed Yan Geling's complex feelings of loneliness and freedom, suggesting that homeland sentiment is a psychological phenomenon influencing writers over millennia. Fei (1985) emphasized the role of the family in rural Chinese society, portraying the homeland as both an emotional anchor and a refuge in times of stress, embodying a multifaceted humanistic spirit.

Numerous studies on literature analyze the source of Chinese homeland sentiment by considering sociological, literary, and psychological perspectives to explore its cultural significance and artistic expression. Other studies and discussions highlight homeland sentiment as depicted in films and documentaries.

Wen (2021) noted the subtle yet powerful portrayal of homeland sentiment in cinema, often overlooked but materially and spiritually unifying. Ke (2019) observed that *The Wandering Earth* represents this sentiment through themes of ethical responsibility, wandering, and homecoming. Wang (2023) analyzed the depiction of rural transformations in documentaries, reflecting on how homeland sentiment alleviates modern nostalgia and embodies familial emotions. Chen (2021) illustrated this sentiment through narratives like the Chen family's heritage and Liu Duanrong's use of Yangzhou cuisine as a metaphorical return to one's roots.

Existing research suggests that the concept of home in Chinese culture is deeply rooted in history and often emerges as a significant cultural symbol in scholarly and literary works, evolving into a revered spiritual space in the collective consciousness. While numerous scholars have thoroughly examined the themes of home and belonging in literary works and among writers, and some have explored these themes within the contexts of film and television, the intersection between culinary documentaries and the sense of home remains underexplored. The originality of this study resides in its analysis of the seminal culinary documentary *A Bite of China* as a case study, investigating its potential as a medium for exploring the Chinese sense of home and examining the artistic techniques utilized to convey this sentiment.

## Methodology

### Population and Samples

Based on the status and influence of the documentary *A Bite of China* in the realm of Chinese documentaries, this article selects all three seasons of the documentary as the research subject and sample. The specific details are provided in Table 1.

**Table 1** Basic Information on the Sample Documentary *A Bite of China*

Season	Premiere Date	Premiere Channel(s)	Total Number of Episodes	Total Duration (minutes)
Season 1	14-May-2012	CCTV1	7	350
Season 2	18-Apr-2014	CCTV1	8	400
Season 3	19-Feb-2018	CCTV-1, CCTV-9	8	400

### Data Analysis

The study employs a literature collection method by gathering and organizing relevant literature, and uses a literature analysis method to sort and integrate this literature. It analyzes the themes, content, components, and narrative methods of food documentaries to comprehend the current development of Chinese food documentaries.

Content analysis is implemented to examine each frame and scene of the images and storylines in *A Bite of China*. This involves recording elements that express homeland sentiment, such as imagery, dialogue, and music. The collected data is then organized and analyzed further to understand the documentary's expression of homeland sentiment and how this resonates with the audience. This study explores the patterns, trends, and relationships of homeland sentiment in documentaries. It also reveals the extent of homeland sentiment, which provides a profound and comprehensive analysis for understanding this theme.

## Results

Originally, 'homeland' referred to gardens within a family home, but later came to signify the family and one's hometown. This concept first appeared in *The Book of Later Han: Biography of Huan Rong* (Fan, 2016), which described a poor man who had to work for fifteen years without returning home. Thus, homeland represents not just a physical place of

birth and growth but also a spiritual reconstruction of one's hometown. This concept is about emotional attachment, artistic inspiration, and foundational thinking, which are deeply ingrained as part of one's collective cultural memory.

Later, literary scholars combined the feelings of love, nostalgia, and longing for one's hometown by creating the term 'homeland sentiment', making it a significant concept in the traditional Chinese cultural value system. This concept had a particularly profound significance for the famous Tang Dynasty poet Du Fu, who spent most of his life wandering and in exile. His poetry expresses strong emotions for his homeland, creating a deep-seated attachment. Homeland sentiment does not just involve him missing a physical place but is deeply ingrained into his life goals and spiritual awareness (Xie, 2017).

Through exploration of the concept of homeland sentiment in Chinese history and literature, the author discovered that the formation of homeland sentiment is closely linked to China's traditional family-based agrarian society. As an important category in traditional culture, homeland sentiment is reflected in many aspects of Chinese life, profoundly affecting every Chinese person's psychology, thinking, values, and behaviour. Emotions reflected in food-related activities, such as love for home, homesickness, nostalgia, and reminiscence, are the most genuine subconscious manifestations of homeland sentiment.

The author utilized content analysis to conduct a frame-by-frame and scene-by-scene examination of the visuals and narrative in the documentary *A Bite of China*. After systematically organizing various expressive elements such as imagery, dialogues, and music that depict the sentiment of homeland in the documentary, it was observed that the portrayal of homeland sentiment in the documentary embodies "the camaraderie of neighbors supporting each other" and "the homesickness of longing for one's hometown"

### **1. The Camaraderie of Neighbors Supporting Each Other**

Throughout China's thousands of years of family-based agricultural production, people's physical labour required their family to obtain the materials and funds they needed to sustain their life. All production and daily activities were centered on their family and clan, forming a home-centric ideology. This approach involved measuring things based on home as a reference and standard. This has an important place in the traditional Chinese mindset, and is reflected not only in family hierarchies but also in daily activities like eating, socializing, entertaining, and learning. *A Bite of China* showcases people's food lives while

focusing on the reasons explaining Chinese people's emotional attachment to food, indirectly reflecting their concepts and understanding of family and kinship.

For example, in the first season's episode 'Secrets of the Kitchen', the town of Jun'an in Guangdong Province hosts sacrificial activities related to the Double Ninth Festival. Young people carrying a statue of the Eastern Han Dynasty general Guan Gong and elders wearing cornelian cherries walk the streets, making the town more lively than the Lunar New Year. This festival's celebrations also include banquets with red tablecloths, outdoor seating, and traditional dishes to remind the younger generation to respect and care for the elderly. These rural banquets use delicious food to create an emotional connection, which reflects the Chinese traditional virtues and social responsibilities that emphasize the need to value family heritage and respect the elderly.

In the episode 'Our Fields', in Congjiang County, Guizhou Province, the New Rice Festival is celebrated every October to welcome the rice harvest. Villagers set up tables along the street, where they sit together to sing, drink, and share special foods like five-colored sticky rice and sour fish. This is known as the Long Street Banquet. As a culinary folk tradition, this banquet represents the lifestyle and eating habits that these people have passed down in their agricultural society, demonstrating the cooperation and sharing among people from different villages. Most of these villagers are not related, but develop a collective consciousness and identification with these festivals and culinary traditions by living on the same land, which fulfills and satisfies their deep need for belonging. The Long Street Banquet is an opportunity for neighbors from the ethnic groups living in Guizhou's mountainous areas to communicate, share information about their daily life, and collectively pray for a good harvest. This tradition has gained international attention as a part of China's intangible cultural heritage.

In the episode 'The Taste of Staple Food', elderly Mr. and Mrs. Gu continue to make rice cakes based on traditional methods. Their neighbors come to help them, as they believe it is a culturally significant activity. The scene of these neighbors busily and joyfully helping each other is an ordinary yet common aspect of their daily life. However, when the documentary visually and audibly portrays this activity, it becomes a ritual and symbol that is a microcosm of countless interactions between ordinary family members and neighbors.

The dependent relationships among family members, the peaceful harmony among neighbors, and the reciprocal friendships are also expressed through mutual companionship. In the episode 'Our Fields', Zhang Guichun from Beijing invites neighbors to his rooftop garden on the first day of autumn to breathe fresh air, harvest vegetables, make dumplings, enjoy food, sing songs, and relish each other's company. In 'Secrets of the Kitchen', the Tibetan people from Nixi Township, Yunnan, help each other to seize the best time for fertilizing the highland barley fields, and Tashi rewards his helpers with pipa meat (Chinese lute-shaped Tibetan preserved meat) and butter tea. The scenes of neighbors working together, helping each other, and sharing food illustrate a harmonious and heartwarming atmosphere. The neighborly emotions and consciousness are consolidated and elevated through their shared enjoyment of food. Helping others and coexisting harmoniously are concepts and attitudes that Chinese people believe can maintain their collective lifestyle and help them deal with interpersonal relationships. These intimate images are rooted in the traditional Chinese cultural concept of harmony. They indicate to international audiences that Chinese people share a feeling of belonging amidst their modern contexts of interpersonal alienation and a lack of companionship.

## **2. The Homesickness of Longing for One's Hometown**

Home is not only a geographical space with a real meaning but also a spiritual space with symbolic and emblematic significance. Rapid economic development has accelerated the pace of modern life, sometimes forcing Chinese people to leave their hometowns for unfamiliar cities to pursue their livelihood and dreams. Chinese culinary documentaries that tell stories about food focus on the everyday lives and emotional experiences of ordinary people. They highlight the relationships between people, families, and society built on food, demonstrating a strong emphasis on care. In these documentaries, fields, wilderness, rural areas, and ancient cities form part of the spiritual image of home, building a bridge to one's hometown and embodying emotions like homesickness, nostalgia, remembrance, and longing.

In 'The Story of Staple Food', 78-year-old Gu Ah Gong from Jingtou Village in Ningbo City mills her own rice, and her 5-year-old great grand daughter Ningning helps her make rice cakes. Gu and her husband have spent their entire lives in this seaside village, raising four children and now caring for their fourth generation. As the year's end approaches,

their offspring return to the village for a family reunion to welcome the Lunar New Year. The water-milled rice cake, a traditional must-have on their lavish dining table, is locally known as tuanzi, symbolizing togetherness. After their brief reunion, the children take their Great grand parents' home-made rice cakes back to the city. Their family seldom eats rice cakes, but their chewy texture and mild sweet rice flavor taste of home, leaving a long-lasting memory.

From the Chinese perspective, the most important ceremony associated with home is the family gathering during festivals and reunions. The traditional Chinese dining custom of family members gathering and sitting around a table reflects the Chinese cultural psychology of longing for a 'great reunion'. Food with the flavour of home and loved ones temporarily eases the pressures of work and everyday life.

The third season's episode 'Banquet' further enhances the concept of home. Martial artist Zhang Xiulin is about to celebrate his 90th birthday, which is not just a birthday feast but a family banquet. His disciples from all over China gather in Wuhu City, Anhui Province to celebrate their master's birthday. Zhang highly values this banquet, as it is when he traditionally accepts new disciples. During the disciple acceptance ceremony, Zhang kneels to his ancestors. The elderly man suddenly bursts into tears, moved to report to his ancestors that the martial art he inherited has new successors. He also encourages his disciples to pass on this art, perpetuating Chinese martial arts. The banquet dishes, such as 'Eight Water Immortals' and 'Eight Treasures Gourd Duck', symbolize reunion, while the harmonious flavour of Wuhu cuisine represents a habit of catering to diverse tastes. This is not only the secret of Chinese banquets but also Chinese people's philosophy of life, as disciples from all corners of China blend into this martial arts family.

Whether it is blood ties or the bond between master and disciple, reunion is a deep emotional aspiration for all Chinese people. Home always provides a powerful motivation for them to strive and struggle, and is also a spiritual haven that offers them the most profound feelings of comfort and encouragement.

## Discussion

The author utilizes theories of film and television art, particularly focusing on the language of imagery, sound, and montage, in conjunction with semiotic theory, to analyze collected materials concerning the concept of “attachment to homeland.” This analysis examines multiple facets, such as cinematography, composition, lighting, narration, and music, to investigate the narrative mechanisms and artistic expressions that convey attachment to homeland in documentary filmmaking.

The homeland complex, as an abstract cultural concept, often exists deep within Chinese people's consciousness, exemplified by emotions like homesickness, nostalgia, and longing for home. Culinary documentaries combine images and sound to materialize this through the use of food as a tangible medium. Their creators genuinely record people's emotions towards family and loved ones, attitudes towards life and work, and reflections on life and dreams by carefully arranging the documentary's theme, viewpoint, and plot. They also skillfully incorporate visual and audio elements like camera angles, framing, and sound to make this homeland complex visually and auditorily interpretable.

### 1. Selecting Material from Everyday Life

Culinary documentaries reference sources originating from apparently mundane aspects by formulating them as they essentially appear to portray individualized elements of life. This creates a feeling of overarching human thinking regarding existential themes and insightful parts of life. These films' narrative themes are lifelike and popular, endowing them with realistic narrative content and a believable style. These types of ordinary narrative plots enable audiences to not only see the real process of food preparation, cooking, and serving, but also perceive the real emotions of ordinary people in their daily lives. This resonates with the characters' emotional experiences through these documentaries' scenes of daily life. The core of culture is human behavior (both explicit and implicit) and its outcomes, based on a well-established value system. When human behavior and lifestyle become part of artistic creation as aesthetic objects, they must maintain a complete form that is unified in its essence and phenomenon. As a cultural concept, the homeland complex must rely on a physical medium of resonating aesthetically with the audience. In this documentary's stories about people and food, when ordinary people reveal their true emotions during typical life situations like reunions and separations, the audience empathizes with them due to their

similar lifestyles and emotions. They understand the nostalgia for their hometown, attitude towards life, and reflections on life while sympathizing with the homeland complex illustrated in this documentary.

For instance, in the first season's episode 'The Story of Staple Food', Huang and his wife laboriously farm, make cornbread, and work hard to raise their children. Their children have settled in a city, but Huang refuses to leave, living in his cave dwelling, raising animals for farming, eating his crops, and guarding his homeland. These seemingly everyday, trivial, and fragmented life events are closely related to the audience's own experiences and emotions. They resonate most effectively with the audience's inner world, becoming the most effective narrative method in culinary documentaries for expressing emotions and representing culture.

Culinary documentaries' life like narrative themes do not mean that they are just direct and simple records of daily life. Instead, they are based on highly refined and elevated scenes of life and events, selecting the most symbolic as well as culturally and ethically emotional parts of life. For instance, when representing homesickness and love for home, these documentaries often depict ordinary people's lives and mental states during traditional festivals like the Spring Festival (Lunar New Year) and the Dragon Boat Festival. Some rejoice in reunion, others feel lost due to their work and responsibilities, and the heavy sensation of homesickness of those far from home. These parts of life, closely related to the audience's emotional experiences most vividly reflect these people's emotions towards their family and loved ones. They also exemplify how traditional culture and ethical factors influence their emotional values.

A Bite of China uses food as a medium to interpret Chinese people's unique feelings towards family, affection, love, and hometown through numerous lifelike stories, representing the homeland complex as reflected in traditional cultural concepts.

In the episode 'Seasons', Li Shuguo, an experienced logging team leader, often goes out to the mountains to cut down trees. Before returning home, his wife prepares his favorite frozen tofu. She travels seven or eight kilometers through the snow to fetch clean water for stewed fish, wanting to prepare him a hearty homemade meal. At 5:32, Li is leaning on the kitchen door and looking right into a close-up, while his wife is smiling slightly in a low-angle shot. Although they are not directly connected, their genuine expressions in these

shots subtly cause the audience to connect these scenes, feeling the couple's unspoken understanding and affection. At 6:06, in the foreground, a cat is enjoying tofu stewed fish on the counter, while the blurred background depicts this couple and their relatives drinking around the stove. This scene is authentic, unpretentious, and ordinary yet full of life and human charm. It accurately depicts the image of countless ordinary Chinese families when they experience moments of reunion.

## 2. Narration from the Perspective of Ordinary People

The point of view can be understood as a perspective. In narrative works, the viewpoint refers to the perspective from which the narrator observes and interprets the story. Modern narratology argues that the concept of the narrator involves addressing 'who speaks', while the concept of viewpoint addresses 'who sees', i.e., from what viewpoint the narrator tells their story. Documentaries choose suitable narrative perspectives based on the genre, further constructing specific narrative situations more effectively to display their intended content and themes.

There are three types of viewpoint. The first is the omniscient viewpoint, where the narrator knows more than the characters, i.e., narrator > characters, allowing for flexible narration. The second is the internal viewpoint, where the narrator knows as much as the characters, i.e., narrator = characters, meaning a specific character acts as the narrator, conveying information through their knowledge and feelings. The third is the external viewpoint, where the narrator knows less than the characters, i.e., narrator < characters, where the narrator can only describe the environment and characters' actions but cannot enter their inner world.

Chinese culinary documentaries rely on multiple narrative viewpoints to depict Chinese people's food, social life, and mental state from various perspectives. When representing the homeland complex in their collective consciousness, they often narrate from the internal perspective of ordinary, everyday characters, creating individualized documentary narration. From this internal viewpoint, the character's narrative motivation is personalized, stemming from their real-life and emotional experiences. Through their subjectively emotional narration, the audience feels closeness and empathy, perceiving the significance of food for their family and a deep sense of affection. At the same time, this documentary implements subjective viewpoints, monologues, and voiceovers to interpret

the emotions and feelings of the protagonists. This is more realistic and credible than the omniscient viewpoint, and also more touching and intimate.

For example, in the second season's episode 'Three Meals', Xu Lei and his wife, working in Shenzhen, are momentarily brought back to their distant hometown by her steamed cured fish and salted duck eggs. After dinner, smiling, she asks Xu to watch a video sent from hundreds of kilometers away. Seeing their child happily playing, her face beams with happiness. Xu's blurred face in the frame gradually becomes clear, his expression mixed with joy and worry. His wife comments on the child's playful nature, and Xu asks, "What about his studies in the future?" They watch the video, laughing and talking, accompanied by her voiceover, "There was no one to look after our child, so we had to leave him with my mother.", adding: "We miss him, but can only call home every day." The frame shows her as she subtly wipes her eyes. Although there are no tears, the audience can feel their longing for their family and their guilt and worry for their child. This documentary records scenes of this child with his grandmother, digging clay, making salted eggs, and calling out "Dad! Mom!" to a photo. Xu explains, "The ideal situation is to make our family happy, to help us live 'worry-free.'" Their sincere words show us the importance of family and kinship in ordinary Chinese people's lives. Like them, millions of young people struggle to survive amidst an industrial empire of factories. Their story demonstrates that traditional families' ethical concepts are deeply rooted in Chinese people's subconscious, while their goals and activities are aimed at creating harmonious families, developing peaceful relationships with relatives, and attaining a happy life.

In the third season's episode 'Life', Wang Luliang tells the story of his decision to pursue an agricultural lifestyle and create a farm based on the wisdom of the twenty-four solar terms, influenced by his child's experience with contaminated agricultural products. He insists on participating in seasonal planting while rejecting greenhouse cultivation and chemical fertilizers. The camera depicts him and his child trying to drive away animals eating the crops as well as feeding sheep together, with the child curiously asking him, "Is this vegetable tasty?" and the mother replying, "For the sheep, it is." The playful child feeds vegetables to his father, and the family radiates joy and laughter on the farm. Wang says, "Actually, the best food is seasonal," wanting to grow healthy food for his family and welcome spring with his organic products. The adorable child shouts, "Give me! Feed me!"

and “Thank you, Daddy!” However, Wang is rarely present in their urban home. The documentary shows scenes from their home, with the wife’s voiceover, “Actually, after starting the farm, we haven’t had any money to renovate this house. It’s been left like this for many years. Sometimes our neighbors ask me, ‘Is this house rented?’ I reply, ‘No, it’s ours.’” Her tone conveys frustration and dissatisfaction, yet she still takes her child to the farm to spend weekends with her husband. During scenes of Wang farming with his father, he remarks, “Being a farmer has reconnected me with the earth. Mother Earth is the most generous and selfless”, mentioning that “Agriculture has changed me a lot. Now I really like the word ‘down-to-earth,’ every step must be solid. It’s the mutual influence of temperament and food.” He also admits, “There was a time when I looked down on my father, thinking he was too honest, too down-to-earth. But after farming on my own, I found I had become that person.” He spent seven years searching for traditional rice seeds, and the voiceover during scenes of him sowing seeds with his child, explains, “Sowing seeds is the best interpretation of life’s rebirth.” From Wang’s perspective, he has his career that helps his family, his inner change due to his participation in farming, and his understanding of himself and his father. From his wife’s perspective, she feels helpless when facing life but also silently provides support and understanding for her family. From the child’s perspective, everything makes him feel excited and joyful. This documentary uses agriculture to depict the joys and sorrows of a typical Chinese farming family.

### 3. Character Portrayal Through Detail

In the art of film, details are the smallest parts of a character’s personality, the progression of events, social interactions, and natural scenery. In documentaries, details mainly include aspects such as environments, actions, language, and objects. These details capture and record key elements of the real-life development of events, emphasize and amplify character actions, expressions, and emotions, as well as highlight certain objects. This makes the documentary’s plot more observable and its character portrayal fuller and more three-dimensional.

Culinary documentaries focus on expressing the human spirit in traditional culture. Those who make them add details to present ordinary people’s culinary, family, and social lives through imagery, portraying realistic, vivid, and lively characters. They select and refine everyday scenes while condensing and sublimating character actions and emotions. This

helps them to create details that make the emotions in their work to appear more concentrated and intense than they would exist in real life. Their three-dimensional portrayal of characters requires their placement in specific, real-life scenes, such as an ordinary family's kitchen, a breakfast restaurant, a snack stand, or an elaborate feast involving clan members, neighbours, and locals. In scenes that closely represent the audience's daily life experience, when these characters express their feelings and thoughts about their hometown, relatives, and life in front of the camera, detailed image processing strengthens their emotional power. Thus, these documentaries make the abstract expression of homeland complex into a tangible concept, which resonates strongly with the audience.

In the episode “Harmony” from the third season, the documentary meticulously portrays Sichuan cuisine chef Chen Boming's skilled and fluid actions as he selects ingredients, sharpens knives, tests the blade's sharpness with his fingers, and executes a series of precise culinary techniques—including slicing, chopping, dicing, and pounding—while preparing dishes. These detailed shots are interspersed with images of his anxious expressions, creating a stark contrast and dramatic tension. The narration elucidates this conflicting imagery, revealing his wish for his daughter, who favours the popular spicy and numbing flavours, to also appreciate traditional non-spicy Sichuan cuisine. The narrator states, “In his heart, this is a contest between the traditional and the contemporary.”

The documentary employs a series of shots that avoid showing facial expressions, carefully depicting the chef's struggle and perseverance between tradition and modernity, and portraying the solitary figure of an elderly father in his daily life. As illustrated in Figures 1, 2, 3, 5, and 6, some shots position his face outside the frame, others obscure it in darkness, and some capture only a rear view, avoiding any facial features. It is only in Figure 4, after realizing that his daughter will not return for dinner and has gone out for hot pot, that the camera provides a close-up of his face. His heavy expression sharply contrasts with the close-up shots of the delicately prepared dishes. The blurred images of diners, mid-range rear views, and similar shots underscore Chen's solitude as he dines alone. In the scenes mentioned above, the clear sounds of washing vegetables, chopping, and sharpening knives accentuate the emptiness of the house with only Chen alone. During the meal, the distinct sound of chewing and the abundance of food, clearly more than what one person could consume, make his loneliness even more apparent. Amid dim lighting and melancholic

music, the distinct sound of chewing further accentuates the silence and poignancy of his solitude at home.

This segment skillfully utilizes audiovisual elements and techniques, capturing Chen Boming's language, movements, expressions, and ambient sounds realistically, enhanced by the musical score, to convey his authentic emotions to the audience. It presents the image of a traditional Sichuan chef who, while adhering to classic flavors amidst the popularity of spicy cuisine, strives to adapt to changing times, simultaneously portraying the image of a lonely father.



**Figure 1** Chen Boming meticulously prepares a table full of dishes for his daughter.

Source: Liu (2018)



**Figure 2** He calls his daughter, inviting her to come home for dinner.

Source: Liu (2018)



**Figure 3** Medium shot, with dim lighting and shadowed facial features.  
Source: Liu (2018)



**Figure 4** The daughter does not return; Chen Boming remains silent for a long time.  
Source: Liu (2018)



**Figure 5** Eating alone with clear chewing sounds.  
Source: Liu (2018)



**Figure 6** A solitary figure from behind.

Source: Liu (2018)

In the episode ‘Three Meals’, a retired mother’s relaxed morning tea contrasts sharply with her son Liang Jingxuan’s rush to catch the bus. As his voiceover during his commute mentions, “I often don’t have time for breakfast, eating bread and milk on the go,” which portrays him as a young urbanite striving for his life and family. He adds: “Work is most important; without it, we can’t survive.” Scenes of running, making calls, reviewing documents, taking elevators, eating work meals, attending meetings, scratching his head, as well as his focused, thoughtful, and slightly anxious expressions in different settings showcase the mental state and struggle of contemporary Chinese young people as they undergo fast-paced transitions between work and life. At home, parents prepare a nutritious and delicious dinner, waiting for their son’s return. In the episode ‘Encounter’, Zhang Shizhong, who has been away from his homeland for years, finally returns to Taiwan to reunite with his brother-in-law. The camera captures their clasped hands and the two old men supporting each other, walking away. This expresses the wordless joy they feel when returning to their homeland and meeting their loved ones.

## Recommendations

### Recommendations for Applying the Results

The documentary *A Bite of China* uses carefully constructed narrative strategies and audio-visual language to enable audiences to feel the profound cultural significance behind Chinese food. Documentaries can convey cultural connotations through extracting materials

from daily life, narrating from the perspective of ordinary people, and meticulously depicting character images.

### Recommendations for Further Research

Food documentaries contain many ethnic cultural connotations, and we can conduct research on the cultural connotations of other ethnic groups.

### References

- Barthes, R. (1977). *Image-music-text* (S. Heath, Trans.). London: Fontana Press.
- Chen, L. (2021). *On the visual representation of cultural connotations in food documentaries* (Master's thesis). North China Electric Power University, Beijing. **[in Chinese]**
- Fan, Y. (2016). *The book of later Han*. Beijing: Zhonghua Book. **[in Chinese]**
- Fei, X. T. (1985). *From the soil* (2nd ed.). Hong Kong: Joint Publishing. **[in Chinese]**
- Genette, G. (1980). *Narrative discourse: An essay in method* (J. E. Lewin, Trans.). New York: Cornell University Press.
- He, J. M. (2016). *A narrative study of Chinese food documentaries* (Master's thesis). Nanchang University, Nanchang. **[in Chinese]**
- Hu, M. N. (2014). *On the dissemination and identification of Chinese food culture: The example of the documentary a bite of China* (Master's thesis). Zhengzhou University, Zhengzhou. **[in Chinese]**
- Ke, N. Z. (2019). *The homeland complex and local temperament of The Wandering Earth* [Film, movie literature (08)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Li, D., & Huang, D. (2010). *Yan Geling's homeland complex* [Literature, Chinese literature (05)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Li, M. W. (2017). *Analysis of the popularization and storytelling creation of food culture documentaries: The example of Lanzhou flavor* (Master's thesis). Sichuan Normal University, Chengdu. **[in Chinese]**

- Li, S., & Niu, J. (2015). *Television documentaries and the formation of a national image: The example of A Bite of China II* [Film, modern audiovisual (05)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Li, W., & Xue, B. (2017). *The regional image communication of Chinese food documentaries* [Film, movie review (07)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Liu, H. Y. (2018). *A Bite of China season 3 episode 8*. Retrieved from <http://tv.cctv.com/2018/02/26/VIDEtanpAvoRaAo8uuEUNt8g180226.shtml?spm=C86503.PFmgxrMJzqqW.EMfQfaxBfQcV.36> **[in Chinese]**
- Long, N. (2013). *Under the appearance of food: A perspective documentary "A Bite of China"* [Journalism and media, modern communication (01)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Tylor, E. B. (1992). *Primitive culture*. Shanghai: Shanghai Art & Culture Publishing House.
- Wang, H. Q. (2023). *Realistic transformations and homeland consciousness in rural-themed documentaries* [Film, contemporary television (11)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Wang, J. (2013). *On the ethnic characteristics of a bite of China* (Master's thesis). Soochow University, Suzhou. **[in Chinese]**
- Wang, R. X. (2020). *Cultural implication and artistic expression of diet documentaries* (Master's thesis). Shandong Normal University, Jinan. **[in Chinese]**
- Wang, Z. H. (2015). *A comparative study of the image of Chinese culture formed by Chinese and western food documentaries* (Master's thesis). Hubei University, Wuhan. **[in Chinese]**
- Wen, X. (2021). *Interpretation and reflection of "Homeland" in Chinese ecological films* [Film, media today (05)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). **[in Chinese]**
- Xie, Q. Q. (2017). Eternal vigilance: A study of Du Fu's homeland sentiment. *Henan Social Sciences*, 25(7), 106-111. **[in Chinese]**
- Xiong, L. Y. (2013). *Inspiration from documentaries that build China's cultural image: The example of a bite of China* (Master's thesis). Jinan University, Guangzhou. **[in Chinese]**

- Xu, W. (2015). *A study on the shaping and dissemination of the national image in a bite of China* (Master's thesis). Shandong University, Jinan. [in Chinese]
- Yang, K. Q., He X. Y., & Zhao, L. P. (2013). A study of the cultural values of food documentaries: The example of *a bite of China*. *Culture & Communication*, 2(2), 24-29. [in Chinese]
- Yu, T. P. (2014). An analysis of Su Shi's homeland sentiment. *Journal of Leshan Normal University*, 29(7), 4-7. [in Chinese]
- Yu, X. (2012). *The ideological construction of national identity from the Bite of China* [TV documentaries, social sciences of Beijing (06)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). [in Chinese]
- Zhang, D. (2016). *Cultural representation in television documentaries: The example of a bite of China* (Master's thesis). Anhui University, Hefei. [in Chinese]
- Zhong, F. Y. (2019). The Chinese people's homeland complex in the character system of *Shuowen Jiezi*. *Journal of Chongqing University of Arts and Science (Social Sciences Edition)*, 38(5), 94-100. [in Chinese]
- Zhou, X. (2016). *From "good storytelling" to "telling good stories": The transformation of Chinese food documentaries* [Film, contemporary television (09)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI). [in Chinese]

## Integrating Evaluation Models for Comprehensive Project Assessment: A Case Study of Mae Khri, Patthalung, Thailand

Nattha Lertpanyawiwat<sup>1\*</sup>, Kanokkul Phetuthai<sup>2</sup>, Irisa Prommachan<sup>3</sup>, Suttichai Rakjan<sup>4</sup>,  
Athisa Pankong<sup>5</sup>, Wannisa Junhom<sup>6</sup>, Wanchai Dhammasaccakarn<sup>7</sup>, and Uthis Sangkarat<sup>8</sup>

Received: 1 May 2024

Revised: 6 September 2024

Accepted: 9 September 2024

### Abstract

Effective project evaluation is crucial for the success of government initiatives. This study investigates the potential of integrating multiple evaluation models into a unified framework for a more holistic assessment. It employs a phased approach, to explore projects within a municipality in Thailand. This study utilizes six evaluation models Needs Assessment, CIRO, CIPP, PDCA, Discrepancy, and Alkin at various stages of the project. In the initial phases, the CIRO and CIPP models are employed for needs assessment and project design, which helps ensure a thorough understanding of community needs and alignment with project objectives. The PDCA cycle is adopted during implementation, facilitating continuous monitoring and iterative adjustments. Discrepancy evaluation is implemented concurrently, identifying deviations from planned outcomes. The Alkin Model takes center stage during the evaluation phase, offering a multifaceted assessment through various tools such as interviews, surveys, and project data.

Findings from each model are integrated, providing a comprehensive understanding of the project's strengths, weaknesses, and impacts. This integrated approach may require intensive data collection. However, the benefits outweigh the challenges, as the gained insights

<sup>1</sup> Kenan Foundation Asia, Bangkok, Thailand

<sup>2</sup> Faculty of Humanities and Social Sciences, Surat Thani Rajabhat University

<sup>3</sup> Faculty of Education, Thailand National Sports University, Trang Campus

<sup>4</sup> Department of Politics and Government, Faculty of Political Science, Hatyai University

<sup>5</sup> General Education, Yala Rajabhat University

<sup>6</sup> Green South Foundation, Songkhla, Thailand

<sup>7</sup> Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University

<sup>8</sup> Mae Khri Sub-district Municipality, Patthalung

\* Corresponding e-mail: lertpanya.nattha@gmail.com

contribute to improved project planning, implementation, and future iterations. The implications offer valuable guidance for government agencies, highlighting the potential of integrating evaluation models to maximize project success and community development.

**Keywords:** *Evaluation Model, Project Evaluation, Thailand, Integrating Evaluation, Holistic Assessment*

## Introduction

In contemporary governance, effective project evaluation is indispensable for ensuring the efficient allocation of resources and achieving desired outcomes (Haass & Guzman, 2020). However, conventional evaluation approaches often focus on isolated aspects of projects, leading to fragmented assessments and suboptimal decision-making. Recognizing this limitation, the integration of multiple evaluation models has emerged as a promising strategy to enhance the comprehensiveness and effectiveness of project assessments (Lloyd & Wait, 2005). By synthesizing diverse perspectives and methodologies, integrated evaluation frameworks offer a more nuanced understanding of project dynamics and facilitate informed decision-making (Hanberger, 2012).

In the context of government initiatives, where the stakes are high and resources are finite, the need for rigorous and comprehensive project evaluation is particularly acute (Iddi & Nuhu, 2018). Whether it involves infrastructure development, social welfare programs, or environmental conservation efforts, government projects play a pivotal role in shaping the well-being of communities and the sustainability of ecosystems. Consequently, there is a growing imperative to adopt innovative evaluation approaches that can capture the multifaceted nature of these projects and provide actionable insights for policymakers and stakeholders (Chawla, Chandab, Angra, & Chawla, 2018).

This article seeks to address this imperative by investigating the integration of evaluation models within the context of municipal projects in Thailand. By examining the application and integration of six distinct evaluation models across different stages of project development and implementation, this study aims to elucidate the potential benefits, challenges, and implications of adopting an integrated evaluation (Anantanatorn, 2022). Through a detailed analysis of empirical findings and theoretical frameworks, this article contributes to the broader discourse on project evaluation methodologies and offers practical recommendations for enhancing the effectiveness of government initiatives (Yang, Hu, Ding, Gao, & Li, 2023).

Fragmented assessments and suboptimal decision-making: Conventional evaluation approaches often suffer from a siloed perspective, where different aspects of a project are evaluated independently, leading to fragmented assessments (Cao & Hoffman, 2011). For instance, while financial aspects might be thoroughly evaluated, social or environmental impacts may receive less attention. This fragmented approach can result in suboptimal decision-making, as it fails to capture the interconnectedness of various project components and their cumulative effects on outcomes (Anantanatorn, 2022).

Integration of multiple evaluation models: Recognizing the limitations of isolated evaluation methods, there has been a shift towards integrating multiple evaluation models into a unified framework. This integration allows for a more comprehensive and holistic assessment of projects by synthesizing diverse perspectives and methodologies. By combining quantitative and qualitative approaches, as well as considering different stakeholder viewpoints, integrated evaluation frameworks provide a more nuanced understanding of project dynamics (Dyckhoff & Souren, 2022).

Importance in government initiatives: Government projects carry significant implications for societal well-being and environmental sustainability (Holden & Zimmerman, 2009). Whether it's infrastructure development, social welfare programs, or environmental conservation efforts, the outcomes of these projects have far-reaching effects on communities and ecosystems. Therefore, rigorous, and comprehensive project evaluation is crucial to ensure that resources are allocated efficiently, and desired outcomes are achieved. Integrated evaluation approaches offer a means to address this need by providing policymakers and stakeholders with actionable insights derived from a holistic assessment of projects (Office of the National Economic and Social Development Board Office of the Prime Minister, Thailand, 2017).

The specific focus of this article is on municipal projects in Thailand. Municipalities often undertake a variety of initiatives ranging from infrastructure improvements to social services provision. Given the diverse nature of these projects and their impact on local communities, there is a pressing need to develop innovative evaluation approaches tailored to the context of municipal governance (Asian Development Bank, 2019). By examining the application and integration of six distinct evaluation models across different stages of project

development and implementation, this article aims to fill this gap and contribute to the enhancement of project evaluation practices in Thailand (Kumar, Patel, & Lee, 2019).

**Benefits, Challenges, and Implications.** Through empirical findings and theoretical frameworks, this article aims to elucidate the potential benefits, challenges, and implications of adopting an integrated evaluation approach (Peck & Gorzalski, 2009). While such an approach offers the promise of a more comprehensive understanding of project dynamics and better-informed decision-making, it also presents challenges, such as data collection and analysis complexities. Understanding these trade-offs is essential for policymakers and practitioners seeking to implement integrated evaluation frameworks effectively (Anantanorn, 2022).

Overall, this article contributes to the broader discourse on project evaluation methodologies by highlighting the importance of integration and comprehensiveness in assessing the effectiveness of government initiatives (Anantanorn, 2022). By providing practical recommendations based on empirical evidence, this study aims to enhance the effectiveness of project evaluation practices and ultimately contribute to the sustainable development of communities in Thailand and beyond.

### **Evaluation from Various Forms**

This article integrates key concepts and frameworks from project evaluation, systems thinking, and organizational learning to provide a comprehensive understanding of government projects. Guided by the principle of holism, which emphasizes the interconnectedness and interdependencies among various project elements, an integrated approach to evaluation is adopted to fully grasp the complexity of government initiatives. We will examine each evaluation model in detail:

1. **Context, Input, Response, Outcome (CIRO) Model:** CIRO serves as the conductor, harmonizing external influences on the project. It examines the economic, social, and political context, analyzes available resources and policies, assesses project actions, and evaluates achievements and impacts. Studies like Alkin (2004) demonstrate its effectiveness in understanding the external factors influencing program success.

2. **Context, Input, Process, Product (CIPP) Model:** Acting as the lead vocalist, CIPP delves into the project's inner workings. It starts with understanding community needs and

challenges, analyzes resources and design, scrutinizes implementation fidelity, and evaluates outcomes and impacts. This comprehensive approach, demonstrated by Mertens and McLaughlin (2000), ensures thorough examination of all project aspects.

3. Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle: The PDCA cycle represents a dynamic duo of planning and adaptation. It emphasizes continuous improvement through iterative cycles of planning interventions, implementing plans, checking results, and acting based on emerging realities. This iterative approach, exemplified by Ferlie and Lynn (2011), ensures project flexibility and adaptability.

4. Discrepancy Evaluation: Acting as the critical analyst, discrepancy evaluation meticulously examines gaps between envisioned and achieved outcomes. This approach, pioneered by Provus (1971) and further developed by Brandon and Ah Sam (2020) identifies discrepancies between desired and actual outcomes, offering valuable insights for improvement.

5. Alkin Model: The Alkin Model serves as the composer, weaving diverse data collection methods to provide a holistic assessment of program effectiveness. Developed by Alkin (1969), it integrates interviews, surveys, and project data to consider implementation quality alongside outcomes. Its focus on utilization of findings, as shown by Rossi and Freeman (1993) ensures evaluation results inform future program development.

6. Need Assessment: The Need Assessment Model lays the foundation for project interventions. It identifies the needs and challenges of the target population or organization before any intervention, ensuring the project addresses existing gaps and targets relevant issues. This vital first step, pioneered by Kaufman and English (1979) provides a blueprint for effective project planning.

By integrating these evaluation models, this article aims to provide a nuanced and robust assessment of government projects, facilitating informed decision-making and continuous improvement.

To deepen our understanding, we will thoroughly examine the foundational concepts that underpin this article. Systems thinking is fundamental in comprehending the intricate dynamics of government projects. It involves viewing projects as interconnected systems rather than isolated components, recognizing that changes in one part of the system can have cascading effects throughout the project. By applying systems thinking principles,

researchers can identify feedback loops, nonlinear relationships, and emergent properties within government projects, leading to a more holistic understanding of their dynamics.

Furthermore, organizational learning theory underscores the importance of continuous learning and adaptation within organizations. Government projects are dynamic and often encounter unforeseen challenges and opportunities. Organizational learning processes enable project teams to capture and leverage knowledge gained from past experiences to improve future project outcomes. By fostering a culture of learning and knowledge sharing, government agencies can enhance their capacity to effectively plan, implement, and evaluate projects.

In addition to these foundational concepts, meaningful stakeholder engagement throughout the project lifecycle is essential for effective evaluation. Stakeholders, including government agencies, community members, non-governmental organizations, and private sector partners, bring diverse perspectives and expertise to the evaluation process. By involving stakeholders in project planning, data collection, analysis, and decision-making, researchers can ensure that evaluation findings are relevant, credible, and actionable.

Moreover, leveraging data-driven decision-making processes can significantly enhance the evaluation of government projects. In today's digital age, data plays a crucial role in informing decision-making processes. By harnessing advanced data analytics techniques, researchers can extract valuable insights from project data, identify patterns and trends, and forecast future outcomes. Data-driven decision-making enables government agencies to allocate resources more efficiently, mitigate risks, and maximize project impact.

Lastly, investing in capacity building efforts is essential for ensuring the long-term sustainability of development initiatives. Building the capacity of government agencies and project stakeholders to conduct rigorous project evaluation empowers individuals and organizations to make evidence-based decisions and drive positive change in their communities.

By integrating these concepts and frameworks into the evaluation process, this article aims to provide a nuanced and robust assessment of government projects, facilitating informed decision-making and continuous improvement.

## Application and Integration of Theoretical Frameworks

By integrating these diverse models, we create a symphony of evaluation, (See in Table 1) offering a richer understanding of the project's impact than any single model could achieve. Each model plays a crucial role, providing unique insights and perspectives as detail below:

- Need Assessment, CIRO and CIPP ensure the project is contextually relevant and addresses community needs.
- PDCA guarantees flexibility and continuous improvement.
- Discrepancy Evaluation acts as a reality check, highlighting areas for refinement.
- Alkin orchestrates the symphony, providing a holistic and multifaceted assessment.

The vibrant community of a local municipality serves as the stage for a unique experiment in public engagement-the "Tax Public Relations and Campaign for Tax Payment Understanding" project. Evaluating its impact demands a nuanced approach, transcending the limitations of a single evaluation model. This is where this case study takes center stage, wielding a powerful symphony of six distinct evaluation models.

1. Setting the Stage: Need Assessment and CIRO Model. Our journey begins with the Need Assessment, meticulously identifying the community's needs and challenges regarding tax knowledge and compliance. This foundation, laid before any intervention, ensures our project addresses relevant issues. Next, the CIRO Model acts as the conductor, harmonizing the external influences on the project.

2. Delving Deep: CIPP Model and PDCA Cycle. With the stage set, the CIPP Model takes center stage, delving into the project's inner workings. Meanwhile, the PDCA Cycle ensures continuous improvement through its iterative process.

3. Unveiling Discrepancies and Weaving Insights: Discrepancy Evaluation and Alkin Model. The Discrepancy Evaluation acts as the critical analyst, meticulously examining the gaps between planned and achieved outcomes. By identifying these discrepancies and their underlying causes, we gain valuable insights for future initiatives. Finally, the Alkin Model acts as the composer, weaving a rich tapestry of data from diverse sources.

This multifaceted approach ensures a holistic understanding of the project's impact, considering not only outcomes but also:

- Quality of implementation: How effectively was the project executed?
- Contextual factors: How did the surrounding environment influence the project's impact?

This goes beyond simply assessing success; it unveils valuable lessons for future initiatives, and to delve deeper into the specific roles and contributions of each evaluation model within this symphony, Table 1 presents a detailed breakdown of the Multi-Model Evaluation for the “Tax Public Relations and Campaign for Tax Payment Understanding” project.

**Table 1** Multi-Model Evaluation “Tax Public Relations and Campaign for Tax Payment Understanding”

Evaluation Model	Focus	Example in Tax Project Context	Sample Responsibility
Need Assessment (Sets the stage)	Identifying community needs and challenges regarding tax knowledge and compliance	Assessing community understanding of tax regulations, identifying preferred communication channels.	Local tax officials, community leaders, small business owners
CIRO Model (Conducts the orchestra)	Harmonizing external influences on the project	<p>- Context: Analyzing economic, social, and political factors influencing tax compliance. (e.g., cultural attitudes towards taxation).</p> <p>- Input: Evaluating available resources (e.g., government funding), policies (e.g., tax incentives), and strategies (e.g., social media campaigns).</p> <p>- Response: Assessing the effectiveness of project interventions like workshops (targeting specific demographics), outreach programs (collaborating with local schools), and messaging (using culturally relevant language and visuals).</p> <p>- Outcome: Measuring the project's impact on tax awareness, understanding, and compliance rates</p>	Project team leader, research analysts, policy experts

**Table 1** (cont.)

Evaluation Model	Focus	Example in Tax Project Context	Sample Responsibility
		(analyzing tax filing data, conducting follow-up surveys).	
CIPP Model (Delves deep into the project)	Evaluating project execution and effectiveness	<p>- Context: Revisiting community needs and environment to ensure continued relevance (e.g., adapting outreach based on seasonal changes in economic activity).</p> <p>- Input: Scrutinizing resource allocation (e.g., optimizing workshop materials), campaign design (e.g., evaluating clarity and accessibility of messaging), and communication strategies (e.g., assessing outreach channel effectiveness).</p> <p>- Process: Assessing implementation fidelity (e.g., monitoring workshop attendance, tracking outreach program coverage).</p> <p>- Product: Evaluating the project's impact on tax knowledge (e.g., pre-campaign and post-campaign knowledge tests), attitudes (e.g., surveys measuring trust in tax authorities), and behaviors (e.g., analyzing changes in tax compliance rates).</p>	Project manager, communication specialists, monitoring and evaluation team
PDCA Cycle (Ensures continuous improvement)	Iterative process for adaptation and refinement	<p>- Plan: Adapting campaign strategies based on ongoing monitoring and feedback from community members (e.g., adjusting workshop content based on identified knowledge gaps).</p> <p>- Do: Implementing the adapted plan with flexibility to address emerging needs (e.g., expanding outreach to underserved communities).</p> <p>- Check: Continuously monitoring tax awareness, understanding, and compliance rates through data collection and analysis (e.g., tracking website traffic, analyzing social media engagement).</p> <p>- Act: Making adjustments to campaign strategies based on findings to improve effectiveness and reach</p>	Project team members, community representatives, data analysts

**Table 1** (cont.)

Evaluation Model	Focus	Example in Tax Project Context	Sample Responsibility
		(e.g., refining messaging based on audience preferences).	
Alkin Model along with Discrepancy Model (Composes a rich tapestry of data)	Gathering and analyzing data from diverse sources	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interviews: Capturing qualitative perspectives and experiences of community members regarding the campaign's impact (e.g., focus groups with small business owners, individual interviews with community leaders).</li> <li>- Surveys: Gathering quantitative data from a broader sample to assess overall changes in tax knowledge and attitudes (e.g., online surveys, paper surveys distributed at community events).</li> <li>- Project Data: Analyzing campaign reports, outreach materials, and participation data to understand implementation processes and reach (e.g., analyzing workshop attendance logs, tracking social media campaign reach).</li> </ul>	Data collectors, interviewers, community liaisons, project documentation team

### Findings from the Integrating Multiple Evaluation Models

The findings of this article underscore the value of integrating multiple evaluation models into a unified framework for comprehensive project assessment. Through the application of Need Assessment, CIRO, CIPP, PDCA, Discrepancy, and Alkin Model across different stages of project development and implementation, researchers were able to gain rich insights into the complexities and dynamics of municipal projects in Thailand.

**Need Assessment Model: Tailoring Solutions to Local Demands.** Before initiating the project, a thorough needs assessment was conducted to identify the specific requirements and challenges faced by the community regarding tax understanding and compliance. Surveys and focus groups with local residents, business owners, and other stakeholders helped to pinpoint the gaps in tax knowledge and the barriers to compliance. This preliminary data guided the design and focus of the training modules and outreach activities, ensuring they were relevant and directly addressed the community's needs. The assessment

revealed a strong demand for more accessible and straightforward tax information, which influenced the development of easy-to-understand materials and interactive sessions. By directly addressing these identified needs, the project laid a solid foundation for enhancing tax education and compliance within the community.

**CIRO Model: Navigating Contextual Currents.** The external environment played a significant role in shaping the project. Economic fluctuations, particularly fluctuations in tourism income, influenced the timing and content of outreach efforts. Cultural attitudes towards taxation, often characterized by a degree of mistrust, necessitated culturally sensitive messaging and community engagement strategies. While resource constraints limited the campaign's reach, particularly in geographically remote areas, government policy incentives like tax breaks for small businesses fostered positive perceptions of tax compliance.

**CIPP Model: Delivering on Promises.** The project effectively catered to community needs through diverse outreach methods. Workshops equipped participants with practical tax knowledge, mobile outreach units brought services closer to remote communities, and culturally relevant messaging resonated with local values. Implementation adhered to the planned timeline and budget, and ongoing monitoring ensured quality control. However, resource limitations hindered the development of more comprehensive educational materials, potentially leaving some individuals with unanswered questions.

**PDCA Cycle: Embracing Continuous Improvement.** The project embraced an iterative approach, continuously learning and adapting based on feedback. Monitoring participation data revealed lower engagement among younger individuals, prompting the addition of evening workshops catering to their working hours. Utilizing local community leaders as tax ambassadors proved successful, bridging the gap between the campaign and residents. This adaptability demonstrably enhanced campaign effectiveness and addressed emerging needs in real-time.

**Discrepancy Evaluation: Unveiling Knowledge Gaps.** While overall tax knowledge and self-reported compliance increased, discrepancies emerged across demographics. Younger individuals and those with limited formal education exhibited lower engagement and knowledge gains. This highlights the need for targeted interventions, such as gamified learning apps or simplified tax guides, to cater to diverse learning styles and educational backgrounds.

Alkin Model: Weaving a Rich Tapestry of Understanding. The multi-method approach offered a multifaceted perspective on the project's impact. Interviews revealed positive perceptions of the campaign's accessibility and clarity, particularly regarding the use of local dialects and relatable metaphors. Survey data confirmed significant increases in tax knowledge across various demographics. Project data documented high participation in workshops and outreach events, indicating strong community engagement.

By integrating these diverse viewpoints, we gained a holistic understanding of the project's impact beyond simply achieving numerical targets. We identified strengths like adaptability, cultural sensitivity, and responsiveness to feedback, alongside weaknesses like resource constraints and limited reach in specific demographics.

## Conclusion

The integration of multiple evaluation models served as a powerful lens, unveiling the nuanced impact of the "Tax Public Relations and Campaign for Tax Payment Understanding." By harmonizing diverse perspectives, we transcended a singular scorecard approach, revealing a richer tapestry of successes, challenges, and invaluable lessons for future endeavors. The insights gained from the Need Assessment Model were critical, influencing every aspect of the project, from the development of simplified tax guides to the deployment of mobile units designed to reach underserved areas. This model ensured that the interventions were not based on assumptions but were data-driven and deeply rooted in the actual needs and conditions of the community. It highlighted the importance of starting with a thorough understanding of the community's baseline to maximize the impact of educational campaigns and compliance strategies.

The CIRO Model underscored the significance of understanding the external currents shaping the project. Tailoring outreach strategies to the community's unique economic landscape and cultural attitudes towards taxation proved crucial. By analyzing capability, input, reaction, and output, we adapted our strategies to better align with the local context. Despite resource constraints, leveraging policy incentives fostered positive perceptions of compliance. This emphasizes the importance of contextual awareness in designing targeted and effective interventions, resulting in a measurable increase in community engagement with tax education efforts.

A Multi-pronged approach for holistic engagement: The CIPP Model validated the project's success in addressing community needs through diverse outreach methods. Workshops equipped participants with practical knowledge, mobile units brought services closer, and culturally sensitive messaging resonated with local values. This multi-pronged approach exemplifies the power of utilizing diverse outreach channels and communication methods to maximize reach and engagement.

The cornerstone of sustainability: The PDCA cycle highlighted the project's adaptability. Monitoring participation data revealed the need for evening workshops, and utilizing local community leaders as ambassadors proved successful. This dedication to continuous monitoring, learning, and adaptation based on emerging needs is essential for ensuring interventions remain relevant and impactful.

Unveiling discrepancies: While overall tax knowledge and compliance increased, the discrepancy evaluation exposed gaps across demographics. Younger individuals and those with limited formal education required further attention. This underscores the importance of gathering diverse data and employing methods like discrepancy evaluation to identify knowledge gaps and inform targeted interventions for specific groups.

Painting a multifaceted picture: The Alkin Model offered a rich tapestry of perspectives. Interviews confirmed the campaign's accessibility, surveys quantified knowledge gains, and project data documented high participation. This triangulation of data from various sources paints a holistic picture of the project's impact, going beyond individual metrics to reveal its true resonance within the community.

### **Implications and Applications**

The implications of this article extend beyond the specific context of municipal projects in Thailand to broader debates on project evaluation methodologies and practices. By demonstrating the feasibility and effectiveness of integrating multiple evaluation models into a unified framework, this study offers valuable insights for policymakers, practitioners, and researchers seeking to enhance the effectiveness and impact of government initiatives.

One key implication of this article is the importance of adopting a phased approach to project evaluation that aligns with different stages of project development and implementation. By tailoring evaluation methods to address specific objectives and

requirements at each stage, project teams can ensure that evaluations are timely, relevant, and actionable. Moreover, the integration of diverse evaluation models enables researchers to capture the multifaceted nature of projects and generate comprehensive insights that inform decision-making and learning.

Another implication is the potential of integrated evaluation frameworks to foster collaboration and knowledge sharing among stakeholders. By engaging stakeholders in the evaluation process and soliciting their feedback, project teams can build trust, enhance transparency, and promote accountability. Furthermore, by synthesizing insights from different perspectives and methodologies, integrated evaluation frameworks facilitate cross-disciplinary learning and innovation, enabling organizations to adapt to changing circumstances and maximize project success.

In conclusion, this article demonstrates the value of integrating evaluation models for comprehensive project assessment. By synthesizing insights from diverse perspectives and methodologies, integrated evaluation frameworks offer a holistic understanding of project dynamics and facilitate evidence-based decision-making and learning. The implications of This article offer valuable guidance for government agencies, highlighting the potential of integrated evaluation frameworks to maximize project success and community development.

## References

- Alkin, M. C. (Ed.) (1969). *Evaluation as a decision-making tool*. Los Angeles, CA: Center for the Study of Evaluation, UCLA Graduate School of Education.
- Alkin, M. C. (2004). *Evaluation roots: Tracing theorists' views and influences*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Anantanatorn, A. (2022). Innovation in Thai government management: A case study of integrated provincial and local administration policies. *Annals of Forest Research*, 65(1), 4316-4331.
- Asian Development Bank. (2019). *Thailand: Validation of the country partnership strategy final review, 2013–2016* [Redacted version]. Retrieved from <https://www.adb.org/sites/default/files/evaluation-document/523471/files/thailand-cpsfrv-redacted.pdf>
- Brandon, P. R., & Ah Sam, A. L. (2020). Program evaluation. In P. Leavy (Ed.), *The Oxford handbook of qualitative research* (pp. 704–740). England: Oxford University Press.

- Cao, Q., & Hoffman, J. J. (2011). A case study approach for developing a project performance evaluation system. *International Journal of Project Management*, 29(2), 155-164.
- Chawla, V. K., Chandab, A. K., Angra, S., & Chawla, G. R. (2018). The sustainable project management: A review and future possibilities. *Journal of Project Management*, 3(3), 157-170.
- Dyckhoff, H., & Souren, R. (2022). Integrating multiple criteria decision analysis and production theory for performance evaluation: Framework and review. *European Journal of Operational Research*, 297(3), 795-816.
- Ferlie, E., & Lynn, L. E., Jr. (2011). Public management and public services delivery. In E. Ferlie, L. E. Lynn Jr., & C. Pollitt (Eds.), *The Oxford handbook of public management* (pp. 347-371). England: Oxford University Press.
- Haass, O., & Guzman, G. (2020). Understanding project evaluation-a review and reconceptualization. *International Journal of Managing Projects in Business*, 13(3), 573-599.
- Hanberger, A. (2012). Framework for exploring the interplay of governance and evaluation. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 16(3), 9–27.
- Holden, D. J., & Zimmerman, M. A. (2009). Evaluation planning here and now. In D. J. Holden & M. Zimmerman (Eds.), *A practical guide to program evaluation planning: Theory and case examples* (pp. 7-32). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Iddi, B., & Nuhu, S. (2018). Challenges and opportunities for community participation in monitoring and evaluation of government projects in Tanzania: Case of TASAF II, Bagamoyo District. *Journal of Public Policy and Administration*, 2(1), 1-10.
- Kaufman, R., & English, F. W. (1979). *Needs assessment: Concept and application*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology.
- Kumar, A., Patel, S., & Lee, H. (2019). Integrating evaluation models for comprehensive project assessments: A case study approach. *Evaluation and Program Planning*, 40(1), 56-70.
- Lloyd, J., & Wait, S. (2005). *Integrated care: A guide for policymakers*. Alliance for Health and the Future. Retrieved from <https://ilcuk.org.uk/wp-content/uploads/2018/10/IntegratedCare.pdf>

- Mertens, D. M., & McLaughlin, J. A. (2000). The context of evaluation practice. In D. L. Stufflebeam (Ed.), *Evaluation models: New directions for evaluation* (pp. 35-50). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Office of the National Economic and Social Development Board Office of the Prime Minister, Thailand. (2017). *The twelfth national economic and social development plan (2017-2021)*. Retrieved from [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9640](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9640)  
**[in thai]**
- Peck, L. R., & Gorzalski, L. M. (2009). An evaluation use framework and empirical assessment. *Journal of Multi-Disciplinary Evaluation*, 6(12), 139–156.
- Provus, M. M. (1971). *Discrepancy evaluation for educational program improvement and assessment*. Berkeley, CA: McCutchan.
- Rossi, P. H., & Freeman, H. E. (1993). *Evaluation: A systematic approach* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yang, W., Hu, Y., Ding, Q., Gao, H., & Li, L. (2023). Comprehensive evaluation and comparative analysis of the green development level of provinces in eastern and western China. *Sustainability*, 15(5), 3965.

## คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารหาดใหญ่วิชาการ เป็นวารสารที่จัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ การศึกษา รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ จิตวิทยา มนุษยศาสตร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากสถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ โดยจัดพิมพ์เป็นราย 4 เดือน (ปีละ 3 ฉบับ: ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม และ ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม) รัับพิมพ์ผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร รายงาน หรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารได้ผ่านการตรวจสอบเชิงวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิที่กองบรรณาธิการเรียนเชิญ จำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน

### 1. ประเภทผลงานที่ตีพิมพ์

**1.1 บทความวิจัย (Research Article)** เป็นผลงานที่ได้มาจากการค้นคว้าและวิจัยด้วยตนเอง ประกอบด้วย

1) บทคัดย่อ ระบุให้ชัดเจนถึง วัตถุประสงค์ กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัยและคุณภาพ เครื่องมือ สถิติที่ใช้ ผลการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

2) บทนำ

3) วัตถุประสงค์การวิจัย

4) การทบทวนวรรณกรรม

5) กรอบแนวคิดการวิจัย

6) วิธีดำเนินการวิจัย

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- เครื่องมือวิจัย

- การวิเคราะห์ข้อมูล

7) ผลการวิจัย

8) อภิปรายผลการวิจัย

9) ข้อเสนอแนะการวิจัย

- ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

10) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

11) เอกสารอ้างอิง

- จำนวนเอกสารอ้างอิง 15 รายการขึ้นไป จัดรูปแบบการอ้างอิงให้เป็นไปตามที่

วารสารหาดใหญ่วิชาการกำหนด

**1.2 บทความวิชาการ (Academic Article)** เป็นผลงานที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ใหม่ในเชิงวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (เนื้อหาต้องชี้ถึงประเด็นของสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน) บทวิจารณ์หรือสรุป และเอกสารอ้างอิง

## 2. การเตรียมต้นฉบับบทความ

**2.1 ชื่อเรื่อง** มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 18 ตัวหนา

**2.2 ชื่อผู้เขียน** มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 14 ตัวหนา

**2.3 บทคัดย่อ** ระบุทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ใช้รูปแบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 โดยระบุให้ชัดเจนถึง วัตถุประสงค์การวิจัย กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ สถิติที่ใช้ ผลการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ความยาวของบทคัดย่อในแต่ละภาษาต้องไม่เกิน 300 คำ พร้อมระบุคำสำคัญ (Keywords) อย่างน้อย 3 คำ แต่ไม่เกิน 5 คำ

**2.4 เนื้อหา** บทความทั้งฉบับมีจำนวนไม่เกิน 16 หน้ากระดาษ A4 (รวมเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ) พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 กำหนดระยะห่างจากขอบซ้าย ขอบขวา ขอบบน และขอบล่าง 2.54 ซม. พร้อมระบุหมายเลขหน้าที่มุมบนขวา

**2.5 หัวข้อหลักในบทความ** เช่น บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิด การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะการวิจัย และเอกสารอ้างอิง พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 ตัวหนา

**2.6 ตารางและภาพประกอบ** ควรมีเฉพาะที่จำเป็น มีหมายเลขกำกับ เช่น ภาพที่ 1 หรือ ตารางที่ 1 (ขนาด 16) โดยต้องเป็นภาพที่มีลายเส้นคมชัด โดยเนื้อหาในตารางพิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 14

**2.7 เอกสารอ้างอิง** ใช้ระบบอ้างอิงของสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยมีรายละเอียดทั่วไป ดังนี้

1) การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา (In-text Citation) ต้องตรงกับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (Reference)

2) การอ้างอิงใช้รูปแบบที่วารสารกำหนด โดยสม่ำเสมอทั้งบทความ

3) การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิงให้เรียงตามลำดับตัวอักษรภาษาอังกฤษ จาก A-Z

4) จำนวนเอกสารอ้างอิง 15 รายการขึ้นไป

5) จัดทำเอกสารอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ ตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

6) ทุกรายการอ้างอิงต้องสามารถสืบค้นได้ และหากมี URL ขอให้ระบุตามแนวทางที่วารสารกำหนด

### 3. การส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์

ผู้เขียนสามารถส่งบทความโดยเข้าสู่เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/index> ซึ่งมีคู่มือแนะนำการใช้งานอยู่ทางด้านขวามือ (For Author)

### 4. ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิง

#### หนังสือ

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

#### ตัวอย่าง

Greenberg, J., & Baron, R. A. (2003). *Behavior in organization* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

Lewe, W. (2009). *Orthopedic massage: Theory and technique* (2nd ed.). Edinburgh: Mosby Elsevier.

Martin, R. J., Fanaroff, A. A., & Walsh, M. C. (2006). *Fanaroff and Martin's neonatal – perinatal medicine: Diseases of the fetus and infant* (Vol. 1) (8th ed.). Philadelphia: Mosby Elsevier.

Stock, G., & Campbell, J. (Eds.). (2000). *Engineering the human genome: An exploration of the science and ethics of altering the genes we pass to our children*. New York: Oxford University Press.

#### หนังสือแปล

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. นามสกุลของผู้แปล, ผู้แปล., ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

#### ตัวอย่าง

Barthes, R. (1977). *Image-music-text* (S. Heath, Trans.) London: Fontana Press.

Genette, G. (1980). *Narrative discourse: An essay in method* (J. E. Lewin, Trans.). New York: Cornell University Press.

## บทความหรือบทในหนังสือ

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือบทในหนังสือ. ใน อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. นามสกุลของบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), *ชื่อหนังสือ* (เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Calico, P. A., Debisette, A. T., & Turbettaub, M. (2005). Nursing workforce: Challenges and opportunities. In M. M. Gullatte (Ed.), *Nursing management: Principles and practice* (4th ed., pp. 167-185). Pittsburgh, PA: Oncology Nursing Society.

Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York: Guilford Press.

## บทความในวารสาร

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2008). Positive organizational behavior: Engaged employees in flourishing organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 147-154.

Johnson, M. E., Dose, A. M., Pipe, T. B., Petersen, W. O., Huschka, M., Gallenberg, M. M., ... Fresh, M. H. (2009). Center prayer for women receiving chemotherapy for recurrent ovarian cancer: Pilot study. *Oncology Nursing Forum*, 36, 424-428.

## วิทยานิพนธ์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต หรือ Doctoral dissertation หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ Master's thesis). ชื่อสถาบันการศึกษา, สถานที่พิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Kachornkittiya, N. (2012). *Antecedents and consequences of public service motivation of municipal employees in the three southern border provinces of Thailand* (Doctoral dissertation). Prince of Songkla University, Songkhla. [in Thai]

Nickels, D. W. (2005). *The relationship between IT-business alignment and organizational culture: An exploratory study* (Doctoral dissertation). University of Memphis, Memphis, TN.

Phuthorn, D. (2017). *Thai digital natives' awareness of copyright issues related to online manga and anime* (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. [in Thai]

## รายงานการวิจัย

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Chitnomrath, T. (2011). *A study of factors regarding firm characteristics that affect financing decisions of public companies listed on the stock exchange of Thailand* (Research report). Bangkok: Dhurakij Pundit University. [in Thai]

## การนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการ

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปี, เดือน วันที่). ชื่อเรื่องที่น่าสนใจ. In *ชื่อการประชุม* (pp. เลขหน้า). ชื่อหน่วยงานที่จัดประชุม, สถานที่จัดประชุม. URL (ถ้ามี)

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Jankingthong, K. (2019, July 12-13). Confirmatory factor analysis of organizational citizenship behavior of personnel in Southern Border Provinces Administrative Center (SBPAC). In *The 10<sup>th</sup> Hatyai National and International Conference* (pp. 1256-1265). Hatyai University, Songkhla. [in Thai]

Zhang, J., Hu, J., & Luo, Q. (2020, October 23-25). *Debt effects on profitability*. In *The 2nd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2020)* (pp. 370-375). Chengdu, China. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201128.077>

## เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. /หน่วยงาน. (ปีที่ปรับปรุงข้อมูล). ชื่อเรื่อง. จาก URL

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Wong, A. W. (2009). *Pregnancy postpartum infections*. Retrieved from <http://emedicine.medscape.com/article/796892-overview>

## บทความในนิตยสาร/ หนังสือพิมพ์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปี, เดือน วัน). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, หน้า.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

### ตัวอย่าง

Boonnoon, J. (2011, April 28). Manufacturers flood Thai market. *The Nation*, p. A7. [in Thai]

Evans, R. (2009, November 18). Nation sign “free sky” accord. *Bangkok Post*, p. B6.

Kluger, J. (2008, January 28). Why we love. *Time*, pp. 54-60.

## ภาพยนตร์ หรือสื่อประเภท/ลักษณะเดียวกัน

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น, อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง/ผู้กำกับ. (ตำแหน่ง). (ปีที่เผยแพร่). ชื่อภาพยนตร์ [ภาพยนตร์]. บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์; บริษัทผู้ผลิตร่วม (ถ้ามี).

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ  
ตัวอย่าง

Fleming, V. (Director). (1939). *Gone with the wind* [Film]. Selznick International Pictures; Metro-Goldwyn-Mayer.

Li, D., & Huang, D. (2010). *Yan Geling's homeland complex* [Literature, Chinese literature (05)]. Literature Knowledge Network Node, China National Knowledge Infrastructure (CNKI).

## การสัมภาษณ์ หรือวิธีอื่น ๆ ของการวิจัยเชิงคุณภาพ

\*เฉพาะกรณีใช้ชื่อและนามสกุลจริงในการสัมภาษณ์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. (ปี, เดือน วัน). ตำแหน่ง (สัมภาษณ์).

ในกรณีสัมภาษณ์เป็นภาษาไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ  
ตัวอย่าง

- Robbins, E. (2010, June 20). *Tourist* (interview).
- Prakupaisarnwitthikid. (2015, March 15). *Monk* (interview). [in Thai]
- San, D. (2022, October 15). *Community board* (interview). [in Thai]

\*\* ใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะตัวอักษรแรกของชื่อหนังสือและชื่อบทความ หรือหลังเครื่องหมายทวิภาค (:)  
หรือกับชื่อเฉพาะเท่านั้น \*\*

## จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความ

### บทบาทของผู้เขียน

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ได้มาก่อน ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น และไม่ซ้ำซ้อนหรือละเมิดลิขสิทธิ์จากผลงานเขียนของผู้อื่น
2. บทความที่มีชื่อผู้เขียนหลายคน ต้องได้รับการยินยอมจากผู้เขียนทุกคน
3. ผู้เขียนต้องศึกษารายละเอียดคำแนะนำสำหรับผู้เขียน และเขียนบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนดให้โดยวิชาการกำหนด
4. หากมีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และทำรายการอ้างอิงท้ายบทความ (Reference) ตามรูปแบบที่วารสารกำหนดให้โดยวิชาการกำหนด
5. กรณีผู้เขียนเป็นนิสิตหรือนักศึกษา บทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ต้องแสดงชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นหนึ่งในผู้เขียนร่วม
6. เนื้อหาทั้งหมดที่ปรากฏในบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือบิดเบือนข้อมูลอันเป็นที่จจากการวิจัย ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน แต่เพียงผู้เดียว

### บทบาทของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการต้องพิจารณาคุณภาพบทความเบื้องต้นก่อนเข้าสู่กระบวนการประเมิน โดยไม่มีอคติในทุกด้าน
2. บรรณาธิการต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนที่อาจพึงมีหรือพึงได้ จากการตอบรับบทความให้เข้าสู่กระบวนการพิจารณาของวารสารทางวิชาการ
3. ตลอดช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความหนึ่ง ๆ บรรณาธิการต้องเก็บรักษาข้อมูลของการประเมินบทความนั้น ๆ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง อันอาจนำไปสู่ความเสียหายต่อผู้เขียนและวารสารทางวิชาการ
4. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมินโดยทันที และดำเนินการติดต่อผู้เขียนหลัก เพื่อให้ผู้เขียนทำการชี้แจงเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อบรรณาธิการจะได้นำไปใช้ประกอบในการตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้นต่อไป

## บทบาทของผู้ประเมินบทความ

1. ตลอดช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความหนึ่ง ๆ ผู้ประเมินต้องเก็บรักษาข้อมูลของการประเมินบทความนั้น ๆ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง อันอาจนำไปสู่ความเสียหายต่อผู้เขียนและวารสารทางวิทยุวิชาการ

2. หากผู้ประเมินได้รับบทความซึ่งตนเองอาจมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมผู้ประเมินควรดำเนินการแจ้งให้บรรณาธิการทราบโดยทันที

3. ผู้ประเมินควรประเมินบทความภายในระยะเวลาที่วารสารทางวิทยุวิชาการกำหนด

4. ผู้ประเมินควรประเมินบทความด้วยความรู้ ความสามารถ เพื่อให้บทความที่ได้รับการประเมินมีคุณภาพทางวิชาการและผู้เขียนสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับกลับไปแก้ไข เพื่อให้บทความมีความสมบูรณ์ทางวิชาการ และก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อไป



**วารสารหาดใหญ่วิชาการ**  
**มหาวิทยาลัยหาดใหญ่**

222 ถนนพลพิชัย-บ้านพรุ ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110  
โทรศัพท์ 0-7420-0347 E-mail: hu\_apc@hu.ac.th