

## บทความ

# ประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร

## The effectiveness of using digital technology in Accounting for accounting offices in the area Bangkok

นายศุภกฤษ บุญจันทร์  
รหัสนักศึกษา 6012100028

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี 2) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,665 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 322 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ด้วยวิธีของเซฟเพการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ตำแหน่งปัจจุบันพนักงาน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 3-6 ปี วิเคราะห์รายงานการบัญชีและจัดทำงบการเงิน สำนักงานบัญชีอิสระ สมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้ที่ทำบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพด้านทักษะในวิชาชีพ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพด้านคุณลักษณะประจำตัวประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านประหยัดเวลา ด้านการประหยัดการใช้วัสดุอุปกรณ์ ด้านความต้องการในการพัฒนางาน การทดสอบสมมติฐานเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ต่างกันส่งผลให้มีประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน ผู้ศึกษาได้หาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้ที่ทำบัญชีมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีอยู่ในระดับสูงมาก ได้แก่ ด้านประหยัดเวลา ด้านคุณลักษณะประจำตัว ด้านแรงจูงใจ ความสัมพันธ์ระดับสูง ได้แก่ ด้านทักษะในวิชาชีพ ด้านคุณค่า ส่วนเทคโนโลยีดิจิทัลทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีที่มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านประหยัดเวลา ด้านประหยัดการ ด้านความต้องการในการพัฒนางานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี สามารถเขียนในรูปแบบการพยากรณ์ได้ดังนี้

ประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล = 3.49 (ค่าคงที่ 0.55 + ( ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน 204. + ( ปัจจัยด้านปริมาณงาน. + (140 (ปัจจัยด้านประหยัดเวลา( + .356 (ปัจจัยด้านประหยัดการใช้วัสดุอุปกรณ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ )R) = .)ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว 950 Adjusted R Square ) = . 902 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 90.2

**คำสำคัญ :** ประสิทธิภาพ, เทคโนโลยีดิจิทัล, การปฏิบัติงานบัญชี, สำนักงานบัญชี

### ABSTRACT

This independent aid aims to study 1) to study the use of digital technology in accounting operations of the accounting office 2) to study the current conditions of using digital technology in accounting operations of accounting offices and samples The population used in this research is 1,665 accounting offices in Bangkok. Of the 322 samples, statistics are used as a tool to study statistics used in data analysis, one-way variance analysis with the Scheffe method. Analysis of correlation coefficients and Multiple regression analysis

The results showed that most respondents were female, aged between 41-50 years, married status, education level, bachelor degree Monthly income 30,001 - 40,000 baht Current position Employees Period of operation 3-6 years, type of accounting, responsible for analyzing accounting reports and preparing financial statements Characteristics of establishments that operate independent accounting offices The performance of the overall accountants at a high level in all aspects, including knowledge in the profession Professional skills Professional values Identity features The effectiveness of using digital technology in accounting operations is at a high level in all aspects, including quality of work. Workload Time saving On saving the use of materials The need for job development Hypothesis testing, gender, education level current Position Different, resulting in the effectiveness of the use of digital technology in accounting operations of different accounting offices The study found that Pearson's correlation coefficient showed that the performance of the accountants was correlated with the effectiveness of the use of digital technology in accounting operations of the accounting office at a very high level, including economics. Time The characteristics of motivation, high level of relationship, including skills in professional values, while digital accounting technology is related to the effectiveness of digital technology in accounting operations. There is a very high level of relationship in all aspects, including Quality of work Workload Time saving Economical aspects The need for job development Significantly static at the level of .05

The effectiveness of using digital technology in accounting operations of the accounting office can be written in the form of predictive equation as follows.

Effectiveness of using digital technology = 3.49 (constant) + .055 (job quality factor) + .204 (work factor) + .140 (time-saving factors) + .356 (saving factor Equipment Multiple correlation coefficients (R) = .950 Regression coefficient or adjusted forecasting power (Adjusted Square) = .902 Or can predict 90.2 percent

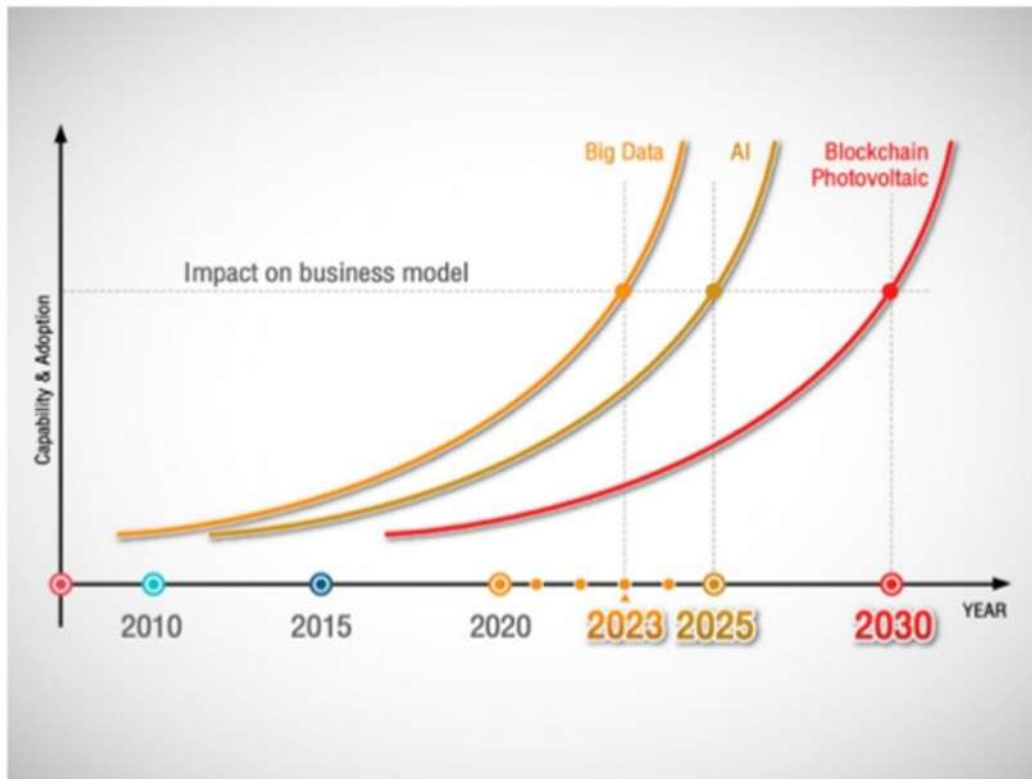
**keyword :** Effectiveness, digital technology, accounting operations, accounting office

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย 4.0 เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value Base Economy) โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่ภาคเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากภาคการผลิตสินค้าไปสู่ภาคบริการ มีกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาจำนวน 5 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานการบัญชี ได้แก่ กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต สื่อดิจิทัล เช่น เทคโนโลยีด้านการเงิน อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน เทคโนโลยีการศึกษา อี-มาร์เก็ตเพลส อี-คอมเมิร์ซ อี-เบย์ เป็นต้น และกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น ปี พ.ศ.2559 หน่วยงานทางการเงินการคลังปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเป็นแบบดิจิทัลมากขึ้นซึ่งจะกระทบต่อการดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจในวงกว้างเพื่อเคลื่อนตัวเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ได้แก่ธนาคารต่าง ๆ ได้เข้าสู่ขบวนการ อี – แพเมนต์ (e-Payment) โดยการให้บริการลงทะเบียน พรอมเพย์ (PromptPay) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2559 ที่ผ่านมารวมทั้งการวางอุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์และอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักการบัญชีเป็นอย่างมาก ได้แก่ กรมสรรพากร ได้ให้บริการ “ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรม อิเล็กทรอนิกส์” อนึ่ง ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ (Computer Science) ที่เกี่ยวข้องกับการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Coding) ที่อยู่ในรูปแบบกระบวนการ แก้ไขปัญหาที่อธิบายเป็นขั้นตอน ภาษาทางเทคนิคเรียกว่า อัลกอริทึม (Algorithm) หากจะประมาณการณ์ขีดความสามารถของสื่อดิจิทัลในอนาคตสามารถตรวจสอบได้จากห้องทดลองของบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลก เช่น Google, Facebook, Apple, IBM และ Microsoft เป็นต้น จะพบว่าเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่บริษัทเหล่านี้กำลังคิดค้นและผลิตให้ผู้คนนับหลายพันล้านคนใช้ในอนาคตอันใกล้เวลานี้แล้วแต่บรรจุสื่อดิจิทัลเข้าไปเป็นสมองของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นทั้งสิ้น ซึ่งมีการวิเคราะห์จาก World Economic Forum (2017) ว่าสื่อดิจิทัลกำลังจะถึงจุดทะยาน (Tipping point) ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องบินกำลังไต่ระดับความสูงขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยอัตราเร่งตั้งแต่ปี 2025 เป็นต้นไปสื่อดิจิทัลจะเริ่มส่งผลกระทบต่อ

ไปในธุรกิจต่าง ๆ ในหลายอุตสาหกรรม เช่น สื่อ โทรคมนาคม การบริการทางการเงิน โลจิสติกส์ ค้าปลีก การแพทย์และสุขภาพไปจนถึงการศึกษา ตามลำดับ สื่อดิจิทัล จะส่งผลอย่างมากและชัดเจน ในช่วงปี 2023 เนื่องจาก World Economic Forum ได้วิเคราะห์ว่าเป็นช่วงเวลาที่เป็นช่วงเวลาที่ Big Data จะถึงจุดทะยาน (Tipping point) ในปีดังกล่าวและจะส่งผลกระทบต่อแบบพลิกผันของอุตสาหกรรมต่าง ๆ

ภาพที่ 1 การวิเคราะห์จาก World Economic Forum (2017)



ที่มา : [www.nbt.go.th/getattachment/News/Information/Introduction-to-Artificial-Intelligence](http://www.nbt.go.th/getattachment/News/Information/Introduction-to-Artificial-Intelligence)

(สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม :2562)

สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมสื่อและโทรคมนาคมจะถูกพลิกโฉมอย่างไม่เหลือรูปแบบเดิม ประมาณช่วงปี 2023 - 2025 ตามมาด้วยอุตสาหกรรมการเงินการธนาคารและค้าปลีกไปจนถึงอุตสาหกรรมพลังงานในปี 2030 ซึ่งหลังจากปี 2030 นั้น คือภาพจริงของการอพยพจากอุตสาหกรรมเก่าเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ผลการวิจัยดังกล่าว ระบุว่าสื่อดิจิทัล จะปฏิบัติงานได้ดีหรือดีกว่ามนุษย์หรือที่รู้จักกันในชื่อเครื่องจักรอัจฉริยะระดับสูง (high-level machine intelligence) ภายในปี 2060 และจะแย่งงานจากมนุษย์ไปได้ทั้งหมดภายในปี 2136 (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2560) การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงอันเนื่องมาจากประชากรมีจำนวนมากขึ้นแต่ทรัพยากรมีจำกัด การแข่งขันดังกล่าวยังทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายและรวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศและรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ ทำให้ธุรกิจและนักบัญชีต้องปรับตัว ประเด็นสำคัญที่เห็นได้ชัดคือการทำ ความเข้าใจกับเทคโนโลยีที่จะนำมาสนับสนุนการตัดสินใจในทางธุรกิจ หลายกิจการมีโปรแกรมสารสนเทศทาง ธุรกิจหรือโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่มีราคาสูง แต่ได้ใช้เพียงความสามารถพื้นฐานของโปรแกรมฯ เท่านั้น เช่น ใช้จัดทำเอกสาร งบการเงิน และจัดทำรายงานภาษีต่าง ๆ ส่งหน่วยราชการ เป็นต้น เหตุที่กล่าวว่าใช้ ความสามารถไม่เต็มที่ก็เพราะโปรแกรมฯ ทำได้มากกว่านั้น ส่วนหนึ่งนักบัญชีไม่ตระหนัก ถึงบทบาทหน้าที่ของ ตนในการจัดหาสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจขององค์กร ส่วนหนึ่งนักบัญชีไม่ทราบศักยภาพของระบบหรือใช้งาน ระบบไม่เป็น ส่วนหนึ่งระบบไม่ได้ถูกจัดวางไว้ให้ใช้งานได้หรือกิจการอาจพยายามดำเนินการวางระบบแล้วแต่ ไม่สำเร็จ ปัจจุบันนี้นักบัญชีมีผลต่อความดำรงอยู่ของกิจการอย่างมาก นักบัญชีต้องมีความรู้ด้านแนวคิดการ บริหารจัดการมีความเข้าใจพื้นฐานด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงจะสามารถวางระบบ สารสนเทศทางการบัญชีให้มีความสามารถเพียงพอที่จะคอยให้ข้อมูลสนับสนุนการบริหารจัดการต่าง ๆ เหล่านี้ นั้น รวมถึงจะต้องรู้จักการเรียกใช้ความสามารถของระบบสารสนเทศฯ ด้วย (สุวรรณณี รุ่งจตุรงค์, 2558)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของ สำนักงานบัญชี เพื่อรองรับยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการกรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา ประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษา สภาพปัจจุบันของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสภาพปัจจุบันและประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชี ของสำนักงานบัญชี

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สำนักงานบัญชีในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,665 แห่ง (เว็บกรมพัฒนาธุรกิจการค้า <https://www.dbd.go.th/more-news.php?cid=1053> สืบค้น ณ วันที่ 12 มีนาคม 2562) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 322 ตัวอย่าง

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยอาศัยทฤษฎีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชี ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน 2) ปัจจัยด้านปริมาณงาน 3) ปัจจัยด้านประหยัดเวลา 4) ปัจจัยด้าน ประหยัดการใช้วัสดุอุปกรณ์ 5) ปัจจัยด้านความต้องการในการพัฒนางาน และสมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้ที่

ทำบัญชี ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน 1)ความรู้ในวิชาชีพ 2)ทักษะในวิชาชีพ 3) คุณค่าแห่งวิชาชีพ 4)คุณลักษณะประจำตัว 5) แรงจูงใจ

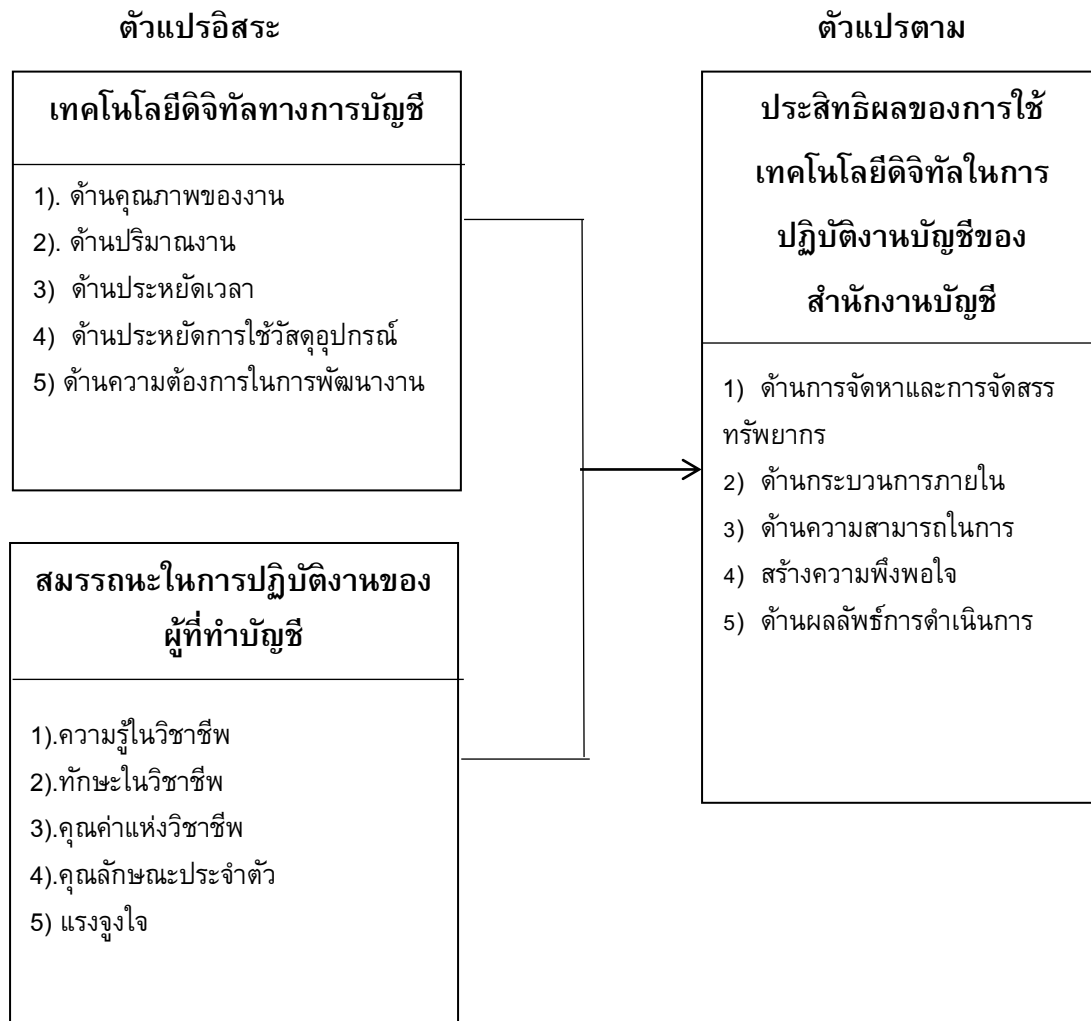
### **สมมติฐานการวิจัย**

1.ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทราบถึงประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี
2. ทราบสภาพปัจจุบันของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี
3. เป็นแนวทางในการส่งเสริมประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี

## กรอบแนวคิดงานวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิจัยเรื่องประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี” การดำเนินการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

- การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล
- สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,665 แห่ง (เว็บกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ [https://www.dbd.go.th/more\\_news.php?cid=1053](https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1053) สืบค้น ณ วันที่ 23 มีนาคม 2562)
- 2) กลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 322 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาและทบทวนเอกสาร วารสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา แล้วกำหนดเป็นกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
- 2) สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด
- 3) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) ทำสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้บริการจากเว็บไซต์ <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScfLmTFsg2esFDZ03toGi9eOfwFlezimAaGCj2KZqXUYhMgHg/viewform> แจกแบบสอบถามผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัย ได้ทำการส่งลิงค์แบบสอบถามจำนวน 161 ตัวอย่าง และแจกแบบสอบถามให้กับสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 161 ตัวอย่าง รวม 322 ตัวอย่าง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยายผล
- ตอนที่ 2, 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสมรรถนะในการปฏิบัติงาน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย โดยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ตามแนวคิดของเบสท์ (Best)



### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งขึ้นโดยจะใช้สถิติต่าง ๆ ดังนี้ t-test, F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe's method)
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยวิธีการของเพียร์สัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้นำมาแปลผลในรูปของ
4. การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ประเภทของงานบัญชีที่รับผิดชอบต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ส่วนเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ต่างกันส่งผลให้มีประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน สอดคล้องกับพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2554) ได้กล่าวถึงประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป โดยความแตกต่างทางประชากรศาสตร์จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ 1) เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชาย และเพศ หญิงที่ต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยการชมภาพยนตร์ โทรทัศน์ ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงมีสื่อสารและ รับผิดชอบไม่ต่างกัน 2) อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่อายุต่างกันให้เชื่อฟัง หรือเปลี่ยนทัศนคติหรือ เปลี่ยนพฤติกรรมนั้น มีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟัง ให้เปลี่ยนพฤติกรรม ก็ยิ่งยากขึ้น การวิจัยโดย ซี.แมเปิล (C.Maple, 1916) และไอ แอล เจนิส และ ดีเรฟ (I.L.Janis & D.Rife, 1958) ได้ ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคน จะยากขึ้นตาม อายุของคนที่เพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ของข่าวสาร และสื่ออีกด้วย เช่นภาษาที่ใช้ในวัยต่างกัน ก็ยังมีความต่างกัน โดยพบว่าภาษาใหม่ ๆ แปลก ๆ จะพบในคนหนุ่มสาว สูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น 3) การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพของ การสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมี พฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูง จะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ และมักับสื่อสิ่งพิมพ์มาก 4) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึงอาชีพรายได้ เชื่อชาติตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์ว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

ผู้วิจัยได้หาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้ที่ทำบัญชีมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูงมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะในวิชาชีพ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ด้านคุณลักษณะประจำตัว ด้านแรงจูงใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่โบยน์ ( Boyne. 2010) กล่าวถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพไว้ว่า ประสิทธิภาพ (efficient) เกี่ยวกับการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างผลผลิตและทรัพยากรที่ใช้สำหรับทรัพยากรเท่า ๆ กัน ถ้าองค์กรใดสามารถให้ผลผลิตได้มากกว่า ก็ถือว่าองค์กรนั้นมีประสิทธิผลมากกว่า ขณะเดียวกันการหาความสัมพันธ์ประสิทธิผลจะมุ่งให้ความสนใจกับความเหมาะสมของปัจจัยนำออกของกระบวนการ ดังนั้น จึงกว้างกว่าการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพเน้นเฉพาะด้านปริมาณ

เรื่องของการประเมินประสิทธิผลขององค์กรเป็นสิ่งที่คนให้ความสนใจกันมาตลอด เนื่องจากสัมพันธ์โดยตรงกับเรื่องของการลงทุน และผลตอบแทน หนึ่งในทศวรรษที่ผ่านมาได้เคลื่อนมาสู่เรื่องของการประเมินประสิทธิภาพ (effective) เนื่องจากมุมมองเกี่ยวกับกิจกรรม และกระบวนการขององค์กรได้เปลี่ยนจากการเน้น ความเป็นกลไกมาสู่มิติของพฤติกรรม ทำให้การคำนึงถึงผลลัพธ์ของ กระบวนการมากขึ้น เช่น นวัตกรรม แรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจของลูกค้า แต่ทั้งนี้ก็มีได้ทั้งเรื่องของประสิทธิผลไป ประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชี สามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล = 3.49 (ค่าคงที่) + .055 (ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน) + .204 (ปัจจัยด้าน ปริมาณงาน) + .140 (ปัจจัยด้านประหยัดเวลา) + .356 (ปัจจัยด้านประหยัดการใช้วัสดุอุปกรณ์)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .950 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = .902 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 90.2

#### ข้อเสนอแนะ

1. สำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้เพียงพอ กับความต้องการของ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
2. สำนักงานบัญชีควรมีแผนพัฒนา/อบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับ เจ้าหน้าที่อย่าง ต่อเนื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
3. สำนักงานบัญชีควรบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถใช้งานได้เต็มที่ ประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะ เป็นด้านการติดต่อสื่อสาร และการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ทั้งภายใน ภายนอก และระหว่าง หน่วยงาน
4. ในอนาคตข้อมูลทุกอย่างจะอยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นสำนักงานบัญชีจึง ควรพัฒนาการทำงานรวมทั้งรูปแบบบริการให้เป็นบริการอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้สำนักงานบัญชีจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ รวมถึงการสรรหาบุคลากรเจ้าหน้าที่ด้านสารสนเทศ เพื่อให้มีความพร้อม สำหรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต

### กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยในครั้งนี้เพื่อการศึกษาประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่มีความสนใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี ผ่านสื่อดิจิทัล สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงภายในองค์กรได้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ รองศาสตราจารย์ รัชชลัยย์ ตรรกวินุรศักดิ์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาของงานวิจัย รวมทั้งสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และเสนอความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับแนวทางวิจัย การปรับปรุงงานวิจัยและการนำเสนองานวิจัยนี้ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานบัญชีและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบัญชี ซึ่งหากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นายศุภกฤษ บุญจันทร์

พฤษภาคม 2562

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *หลักสถิติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิจสมิชนันท์ รัตนศิริทรัพย์. (2546). *การใช้ข้อมูลจากกระดานข่าวในอินเทอร์เน็ตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง : กรณีศึกษา กลุ่มสนทนาโภชนาการและความงามของโตะสวนลุมพินีเว็บไซต์พันทิพย์ดอทคอม*. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ขวัญชนก ปองเจริญ. (2538). *เงินอิเล็กทรอนิกส์อนาคตที่กำลังจะเป็นจริง*. Windows Magazine. 28: 105-108.
- คมสัน ต้นสกุล. (2552). *การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เชิงกลยุทธ์: Strategic e-marketing*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จตุชัย แพงจันทร์ และ อนุชาต วุฒิพรพงษ์. (2547). *เจาะระบบ Network ฉบับสมบูรณ์*. นนทบุรี: ไอดีซีอินโฟ ดิสทริบิวเตอร์อินเตอร์ จากัด.
- ดวงพร เกียงคา. (2546). *คู่มือสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง (ฉบับสมบูรณ์)*. กรุงเทพฯ: โปริวิชน์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: ประชุมการช่าง.
- นภดล กมลวิลาศเสถียร. (2544). *พิชัยสงคราม e-commerce*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- บุษปา กิริติไกรนนท์. (2549). *Design for E-commerce: คู่มือการออกแบบเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ*. กรุงเทพฯ: บริษัทกรังด์ปรีซ์ อินเตอร์ เนชั่นแนล จากัด.
- ฝ่ายวิจัยธนาคารทหารไทย. (2550). *ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับทิศทางในอนาคต [ออนไลน์]*. ได้จาก: <http://www.tmbbank.com>
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2542). *เริ่มต้นธุรกิจกับอินเทอร์เน็ต = Starting Businee on Internet*. กรุงเทพฯ: เดอะมาสเตอร์เจอร์นัล.
- เพ็ญ ชยาวิวัฒน์กุล. (2547). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. วารสารมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระ เกียรติ 14: 61-62.
- ภาวรุฬ พงษ์วิทย์ภานุ. (2547). *6C กับความสำเร็จของเว็บไซต์. E-commerce 6*. 69: 104-107.
- ยีน ภู่วรรณ. (2543). *บนเส้นทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). *การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัย สุขะนินทร์. (2545). *เรียนลัดหัดเป็นเว็บมาสเตอร์ภายใน 36 ชั่วโมง*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2543). *ผลกระทบทางเศรษฐกิจส่วนรวมของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อประเทศไทย*. [ออนไลน์]. ได้ จาก: [http://www.trf.or.th/index.php?option=com\\_wrapper &view=wrapper&Itemid=208](http://www.trf.or.th/index.php?option=com_wrapper &view=wrapper&Itemid=208)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). *สำรวจสถานะภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: บางกอก บล็อก

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *สำรวจสถานะภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2553*. กรุงเทพฯ: ธรรมกาเพรช.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *สรุปผลที่สาคัญสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ . ศ . 2554*. กรุงเทพฯ: ธรรมกาเพรช.
- สุดาวลัย ชันธุ์สูงเนิน. ( 2549 ) . *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจประเมินสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. การค้นคว้าอิสระปริญญาสาขารัฐกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.*
- สุทินันท์ พรศิริกุล. (2540). *เงินสตออิเล็กทรอนิกส์. COMPUTER REVIEW.157: 184-185.*
- สุปราณี จริยะพร. (2542). *ความคิดเห็นและการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- สุรยุทธ กอบกิจพานิชผล. (2544). *แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- โสรัชย์ นันทวัชรวิบูลย์. (2537). *BE GRAPHIC สู่เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน จำกัด.
- อารีย์ มัยงพงษ์. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาธุรกิจ อุตสาหกรรมบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ.*
- อุมาวดี สิงหิตวานนท์. (2543). *ถ้าคุณอยากเป็น Web Master*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- Alice, R. (1996). *Enticing Online Shoppers to Buy a Human Behavior Study*. Harvard Business School.
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ohio: South-Western College.
- Argwal, R, and Prasad, J. (1997). *The role of innovation characteristics and perceived voluntarieness in the acceptance of information technologies*. Decision Sciences. Vol. 28. pp: 557-582.
- Aviel, D. R., and Daniel, E. J. (1993). *A Survey of Web Security*. Johns Hopkins University.
- Beldad, M. de Jong, and M. Steehouder. (2010). *How shall I trust the faceless and the intangible? A literature review on the antecedents of online trust*. Computers in Human Behavior. Vol. 26(5). pp: 857 –869.
- Cao, M., Zhang, Q. and Seydel, J. (2005). B2C e-commerce web site quality: an empirical examination. *Industrial Management & Data Systems*. Vol. 105(5). pp: 645 - 661.
- CyberBiz. (2008). *The results clearly show "Woman" is a real online shoppers*. [Online]. Available: <http://goo.gl/YNHmv>

- DeLone, W. and McLean, E. (2003). The DeLone and McLean model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*. Vol. 19(4). pp: 9-30.
- Donthu, N. and Gilliland, D. (1996). *Observations: the infomercial shopper*. *Journal of Advertising Research*. Vol. 36(2). pp: 69-76.
- Ecommerce-Magazine. (2009). *คุณชอบเว็บไซต์ช้อปปิ้งแบบใด*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.ecommerce-magazine.com>
- Engel, F. J., and Blackwell, R. (1982). *Consumer Behavior*. New York: CBS.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1997). Attitude-behavior relation: a theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*. Vol. 84. pp: 888-918.
- Garrett, J.J. (2003). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web*. Indiana: New Riders Publishing.
- Geer, D. (2003). Taking Steps to Secure Web Services. *Computer Volume*. Vol. 10. pp: 14-16.
- Helander, M.G. and Khalid, H.M. (2000). *Modeling the customer in electronic commerce*. *Applied Ergonomics*. Vol. 31(6). pp: 609-619.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.
- Malin, E., Johanna, H. K., and S S. (2009). *E-commerce A study of women's online purchasing behavior*. Jonkoping University.
- Noah, E. (2001). *eMarketer: Online shopping habits in Latin America*. Rutgers University.
- Noiwan, J. (2002). *Animated banner graphic colors: The effect on attention and perceived usability between American and Thai users*. Dissertation Abstracts International. 63.
- Rayport, J.F. and Jaworski, B.J. (2004). *Introduction to E-Commerce*. New York: The McGraw Hill Companies Inc.
- Robey, D. (1996). Research Commentary: Diversity in Information Systems Research: Threat, Promise and Responsibility. *Information Systems Research*. Vol. 7. pp: 400- 408.
- Salam, A. Iyer L. and Palvia, P. (2005). Trust in e-commerce. *Association for Computing Machinery*. Vol. 48(2). pp: 72-77.
- Sasse, M. and McCarthy, J. (2005). The Mechanics of Trust: A Framework for Research and Design. *International Journal of Human-Computer Studies*. Vol. 62(3). pp: 381-422.
- Scarborough Research. (1999). *The Lifestyles of E-shoppers and the Wired but Wary*. [Online]. Available: <http://www.scarborough.com>

- Shim, S. and Eatlick, M.A. (1998). The hierarchical influence of personal values on mall shopping attitude and behavior. *Journal of Retailing*. Vol. 74(1). pp: 139-160.
- SteelHouse. (2011). *Reveals Most Common Shopping Personalities*. [Online]. Available: <http://goo.gl/DqNY2>
- Swaid, S. and Wigand, R. (2009). *Measuring the quality of e-service: Scale development and initial validation*. *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol. 10(1). pp: 13-28.
- World Wide Web Consortium. (2002). *XML Encryption Syntax and Processing*. [Online]. Available: <http://www.w3.org/TR/xmlenc-core/>
- World Wide Web Consortium. (2004). *Web Services Architecture Working Group*. [Online]. Available: <http://www.w3.org/2002/ws/arch>
- Yamane, T. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

