

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น เอื้ออำนวยให้มีช่องทางการดำเนินธุรกิจเฉพาะทางอย่างแข็งแกร่ง ความได้เปรียบทางด้านเงินลงทุน และขนาดการผลิตที่ประหยัดกำลังการผลิต และเทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างเต็มที่ที่ทำให้ SMEs ดำเนินงานได้คล่องตัว การกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความยืดหยุ่นกว่าธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่ง SMEs หลายแห่งสามารถก้าวเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศได้ง่ายขึ้นและประสบผลสำเร็จ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552)

SMEs เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นการดำเนินกิจการในรูปแบบของนิติบุคคลตามกฎหมาย เมื่อสิ้นรอบระยะเวลาของบัญชีต้องจัดทำงบการเงิน โดยฝ่ายบริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงิน ซึ่งงบการเงินดังกล่าวจะต้องได้รับการตรวจสอบและรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน เป็นคุณสมบัติที่ทำให้ข้อมูลในงบการเงินมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน ซึ่งประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้ข้อมูลอาจจะแตกต่างกันได้ถ้าข้อมูลนั้นมีคุณค่าทางการพยากรณ์และเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมของสิ่งที่ต้องการนำเสนอ ประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินจะมีคุณค่าเพิ่มขึ้นหากข้อมูลนั้นสามารถเปรียบเทียบได้กับข้อมูลที่คล้ายกันเกี่ยวกับกิจการเดียวกันพร้อมกับการพิสูจน์ยืนยันได้ อาจเป็นทางตรงโดยการสังเกต หรือทางอ้อมโดยการ ใช้เทคนิคอื่นๆ เพื่อช่วยให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินในระดับหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจเป็นระยะเวลาที่ทันต่อการตัดสินใจ (สภาวิชาชีพ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557)

ในมุมมองของนักลงทุนและผู้ใช้งบการเงินขององค์กร ยังประเมินเรื่องของคุณภาพกำไร การจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลให้เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจโดยพบว่าถ้าหน่วยงานหรือองค์กร สถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้ใช้งบการเงินก็จะเกิดความเชื่อมั่น ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์

ในเชิงลบผู้ใช้ข้อมูลก็จะไม่ไว้วางใจ ไม่เชื่อมั่น ซึ่งความคาดหวังของผู้ใช้งบการเงินจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อมั่น ความรู้สึกนึกคิดที่เป็นสิ่งสะท้อนถึงคุณค่าของการยอมรับจากลูกค้า ความจงรักภักดี และความนิยมของผู้ใช้ข้อมูลที่มีต่อหน่วยงานหรือองค์กรตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคม (รัชดาภรณ์ เสมาชันท์, ชุตินันท์ ดิษฐ์สันเทียะ, 2553)

ตามสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น ธุรกิจจำนวนมากที่ใช้ภาพลักษณ์องค์กรสร้างความแตกต่างในจิตใจของผู้บริโภคได้สำเร็จ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ หรือมีความรู้ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน หรือสถาบัน โดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหาร และการประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กรด้วย ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เป็นที่ยอมรับเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และทำให้องค์กรมีความก้าวหน้าต่อไป (เบ็ญจวรรณ ชาติจ้อหอ, 2550)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารทางด้านบัญชีของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลให้กิจการได้เข้าใจและรู้จักลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีรวมทั้งสร้างความสามารถทางการแข่งขันสำหรับองค์กรต่อไปในระยะยาว

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลของการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่า กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557) ผลการศึกษาค้นคว้าอิสระของ สมพร มณีจันทร์ (2552) และ รัชดาภรณ์ เสมาชันท์และชุตินันท์ ดิษฐ์สันเทียะ (2553) มีความเกี่ยวข้องและเหมาะสม

ที่จะนำมาศึกษาต่อยอดเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับแวดวงวิชาการ โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงกรอบแนวคิดและแบบสอบถามบางส่วนให้เหมาะสมกับการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กรอบแนวความคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

**ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน แบ่งเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย 1. เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 2. เป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม 3. สามารถเปรียบเทียบได้ 4. สามารถพิสูจน์ยืนยันได้ 5. ทันทเวลา 6. สามารถเข้าใจได้

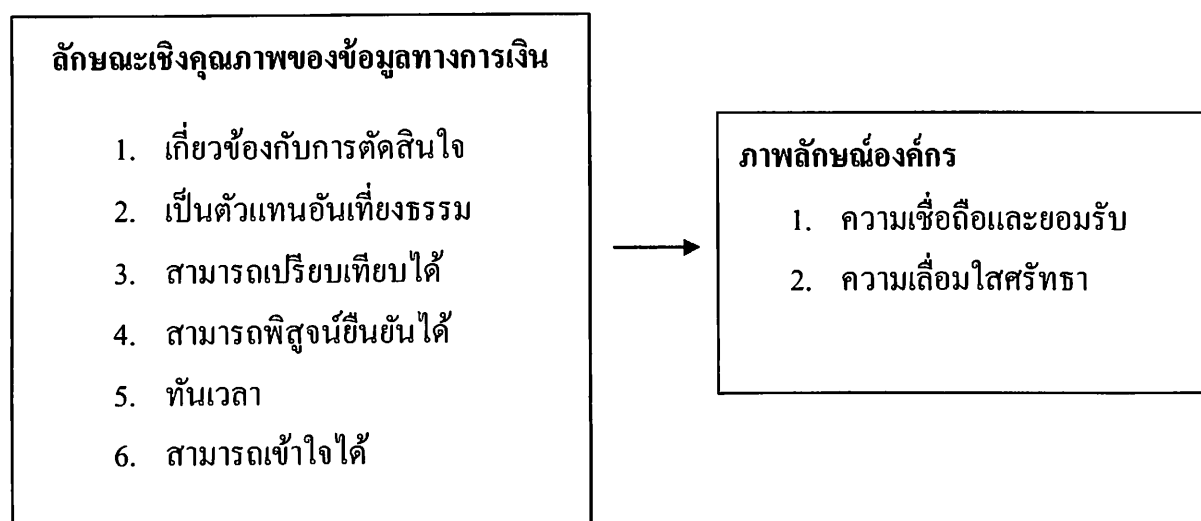
**ตัวแปรตาม** ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร

(Independent Variables)

ตัวแปรอิสระ

(Dependent Variable)

ตัวแปรตาม



**ภาพประกอบที่ 1** กรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการศึกษา

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานข้อที่ 2** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานข้อที่ 3** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถเปรียบเทียบ ได้มีความสัมพันธ์ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานข้อที่ 4** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถพิสูจน์ยืนยัน ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานข้อที่ 5** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านทันเวลา มีความสัมพันธ์ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานข้อที่ 6** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถเข้าใจ ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานข้อที่ 7** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและยอมรับ

**สมมติฐานข้อที่ 8** เชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและยอมรับ

**สมมติฐานข้อที่ 9** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถเปรียบเทียบ ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและยอมรับ

**สมมติฐานข้อที่ 10** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถพิสูจน์ยืนยัน ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและยอมรับ

**สมมติฐานข้อที่ 11** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านทันเวลา มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและยอมรับ

**สมมติฐานข้อที่ 12** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถเข้าใจ ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและยอมรับ

**สมมติฐานข้อที่ 13** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเลื่อมใสศรัทธา

**สมมติฐานข้อที่ 14** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเลื่อมใสศรัทธา

**สมมติฐานข้อที่ 15** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถเปรียบเทียบ ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเลื่อมใสศรัทธา

**สมมติฐานข้อที่ 16** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถพิสูจน์ ยืนยันได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเลื่อมใสศรัทธา

**สมมติฐานข้อที่ 17** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านทันเวลา มี ความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเลื่อมใสศรัทธา

**สมมติฐานข้อที่ 18** ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินด้านสามารถเข้าใจ ได้ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ของธุรกิจ SMEs ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความเลื่อมใสศรัทธา

## **ขอบเขตของการศึกษา**

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินที่มีต่อ ภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย
  - 1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะเชิงคุณภาพ
  - 1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงิน
  - 1.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
  - 1.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระ คือ ผู้บริหารทางด้านบัญชี SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 256.624 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระ คือ ผู้บริหารทางด้านบัญชี ของ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 399ราย โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yammane

### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล จัดทำและเสนอรายงาน ในระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2559 ถึงวันที่ 31ตุลาคม 2559

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้บริหารทางด้านบัญชี ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาองค์กร เพิ่มพูนความรู้ความสามารถช่วยปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. เพื่อให้องค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินในด้านต่างๆ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อภาพลักษณ์องค์กรต่อไป

### นิยามศัพท์

1. ลักษณะเชิงคุณภาพ หมายถึง ข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมของสิ่งที่ต้องการนำเสนอ ประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินจะเพิ่มขึ้นถ้าข้อมูลนั้นสามารถเปรียบเทียบกัน ได้สามารถพิสูจน์ยืนยันได้ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557)
2. องค์กรประกอบของงบการเงิน หมายถึง รายการและเหตุการณ์โดยการจัดประเภทรายการตามลักษณะเชิงเศรษฐกิจ ประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นแสดงในงบดุล ส่วนรายได้ ค่าใช้จ่ายจะแสดงในงบกำไรขาดทุน (กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน, ปรับปรุง 2557)
3. ผู้บริหารทางด้านบัญชี หมายถึง ผู้ที่รับผิดชอบงานเกี่ยวข้องกับการให้บริการทางบัญชี รวมถึงการบันทึก จัดเก็บ รวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารทางการเงิน บันทึก รายรับ รายจ่าย ตลอดจนการจัดทำรายงานทางการเงิน

4. ภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือ ประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้ (รัชดาภรณ์ เสมอจันทร์และชุตินันท์ ดิษฐ์สันเทียะ, 2553)

5. ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ผู้บริโภคและผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กรได้รับรู้ตีความหมาย และเปรียบเทียบคุณลักษณะเกี่ยวกับองค์กรผ่านความเชื่อ ทศณะคติ ความรู้สึกประทับใจที่สามารถจดจำได้จากเอกลักษณ์องค์กร (รัชดาภรณ์ เสมอจันทร์ และชุตินันท์ ดิษฐ์สันเทียะ, 2553)

6. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง การประกอบกิจการโดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินของวิสาหกิจ และให้ถือจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนด หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51 - 200 คนหรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 200 ล้านบาทถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546)

## สรุป

สำหรับเนื้อหาในบทที่ 1 บทนำ เป็นการกล่าวถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา กรอบแนวคิดของการศึกษา สมมติฐานการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และนิยามศัพท์ ส่วนบทต่อไป กล่าวถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้ บทที่ 2 กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 กล่าวถึงระเบียบวิธีศึกษาที่นำมาใช้ในการศึกษารั้วนี้ บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และบทที่ 5 เป็นการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อจำกัดของการศึกษา และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต