



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

ผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อลักษณะคุณภาพกำไร  
และภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**The Affect of Implementing Accounting Standards on Earnings Quality  
And Corporate Image of Thai Listed Companies**

โดย

อ.รัชดาภรณ์ เสงมาจันทร์ และ อ.ชุตินันท์ ดิษฐสันเทียะ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2553

## กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” ผู้วิจัยขอขอบพระคุณหน่วยงานต่างๆและผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่มีส่วนสนับสนุนให้งานวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ดังมีรายนามต่อไปนี้

- |  |                |   |
|--|----------------|---|
| 1. รศ.ดร.อนุมงคล                       | ศิริเวทิน      | อธิการบดี                                       |
| 2. รศ.ดร.สรชัย                         | พิศาลบุตร      | ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย                           |
| 3. อาจารย์วิศิษฐ์ศรี                   | จินตนา         | ที่ปรึกษาคณะการบัญชี                            |
| 4. ดร. ปรีเปรม                         | นนทลีรักษ์     | คณบดีคณะการบัญชี                                |
| 5. รศ.ดร.ปพฤกษ์                        | อุตสาหะวณิชกิจ | รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ<br>มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 6. ผศ.อัมพร                            | เที่ยงตระกูล   | รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะการบัญชี                 |
| 7. อาจารย์เบญจวรรณ                     | บุญศรี         | อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ                     |
| 8. อาจารย์เพ็ญธิดา                     | พงษ์ธานี       | อาจารย์ประจำคณะการบัญชี                         |
| 9. อาจารย์สุพิชา                       | ศรีสุคนธ์      | อาจารย์ประจำคณะการบัญชี                         |
| 10. อาจารย์และเจ้าหน้าที่ของศูนย์วิจัย |                |   |

อาจารย์รัชดาภรณ์ เสมอจันทร์  
อาจารย์ชุตินันท์ ดิษฐ์สันเทียะ  
กุมภาพันธ์ 2553

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญ	(1)
สารบัญรูปภาพ	(3)
สารบัญตาราง	(4)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
• ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
• วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
• สมมติฐานการวิจัย	3
• ขอบเขตของการวิจัย	3
• นิยามคำศัพท์	3
• ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
• กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
• แนวคิดเกี่ยวกับการวัดผลกำไร	7
• วัตถุประสงค์ของการวัดผลกำไร	8
• แนวคิดในการวัดผลกำไรทางการบัญชี	9
• แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพกำไร	11
• แนวคิดเกี่ยวกับการตกแต่งตัวเลขกำไร	15
• แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารขององค์กร	17
• แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์	20
• แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร	27
• งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b> ระเบียบวิธีวิจัย	
● ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
● เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
● การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
● สถิติที่ใช้ในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล	59
<b>บทที่ 4</b> ผลการวิจัย	
● ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	62
● ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	65
● ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	69
● ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	75
● ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	82
● ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแต่ละด้านตามสมมติฐานที่ตั้งไว้	86
<b>บทที่ 5</b> สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
● สรุปผลการวิจัย	95
● อภิปรายผล	102
● ข้อเสนอแนะ	104
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถามเรื่องผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อลักษณะคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	
ข. ประวัติผู้วิจัย	

## สารบัญรูปร่าง

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดในการทำงานวิจัย	6
2.1	ภาพแสดงการกำหนดนโยบายการสื่อสารของกิจการด้วยการประสานกลยุทธ์ จุดเด่นและภาพลักษณ์ให้เข้ากันเพื่อเป็นพื้นฐานร่วมกันสำหรับการสื่อสารทั้ง3 แบบ	19
2.2	แบบการบริหารภาพลักษณ์บริษัท	26
2.3	แนวคิดเรื่อง กระบวนการเลือกสรรข่าวสาร	28

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ผลทดสอบความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของตัวแปร	58
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	62
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามอายุ	62
4.3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามสถานภาพ	63
4.4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา	63
4.5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี	64
4.6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	64
4.7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามตำแหน่ง	65
4.8	แสดงจำนวน และร้อยละของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	65
4.9	แสดงจำนวน และร้อยละของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำแนกตามทุนจดทะเบียน	66
4.10	แสดงจำนวน และร้อยละของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำแนกตามจำนวนพนักงาน	66
4.11	แสดงจำนวน และร้อยละของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำแนกตามรายได้ของบริษัท	67
4.12	แสดงจำนวน และร้อยละของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท	67
4.13	แสดงจำนวน และร้อยละของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	68

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.14	แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	69
4.15	แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	75
4.16	แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	83
4.17	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ	87
4.18	การวิเคราะห์จำแนกพหุของคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ	88
4.19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและลักษณะคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	90
4.20	ผลการวิเคราะห์ถดถอยของลักษณะคุณภาพกำไรกับการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	91
4.21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ กับภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	92
4.22	ผลการวิเคราะห์ถดถอยของภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับลักษณะความสามารถเข้าใจได้ ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ลักษณะความเชื่อถือได้ และ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้	93

**ชื่อเรื่อง :** ผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อลักษณะคุณภาพกำไรและ  
ภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ผู้วิจัย :** อ.รัชดาภรณ์ เสมอจันทร์ และ อ.ชุตินันท์ คิชฐ์สันติเยะ

**สถาบัน :** มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ **ปีที่พิมพ์ :** พุทธศักราช 2553

**แหล่งที่เก็บรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ :** มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**จำนวนหน้างานวิจัย:** 110 หน้า **ลิขสิทธิ์ :** มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

### บทคัดย่อ

กระบวนการทางบัญชีก่อให้เกิดการนำเสนอสารสนเทศทางการเงินของกิจการ อันเป็นประโยชน์แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย เพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ สารสนเทศทางบัญชีจึงต้องเข้าใจได้ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้ และสามารถเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งเป็นไปตามลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลตามแม่บทการบัญชี สารสนเทศทางบัญชีจะมีคุณลักษณะดังกล่าวหรือไม่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานการบัญชีที่กิจการใช้สำหรับจัดทำเป็น สำคัญ สารสนเทศทางการเงินถือเป็นสารสนเทศของกิจการที่ฝ่ายบริหารมีหน้าที่นำเสนอ รายงานที่เกิดขึ้นจากผลการปฏิบัติงานของกิจการให้กับผู้ใช้งบการเงินภายนอก ฝ่ายบริหารจึงมีหน้าที่ จัดทำบัญชีของกิจการ โดยใช้มาตรฐานการบัญชีเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ดังนั้นงานวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพ กำไรในรายงานการเงิน และยังศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรในรายงานการเงินที่มีต่อ ภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสอบถามความคิดเห็น จากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ แบบสอบถามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ Likert Scale และคำถามปลายเปิด ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพกำไร และพบว่าคุณภาพ กำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของกิจการ ผลการวิจัยยังให้ข้อเสนอแนะแก่สภาวิชาชีพ บัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ซึ่งเป็นผู้กำหนดมาตรฐานการบัญชีนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนด และการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ของธุรกิจ และยังเป็นข้อมูลให้กับผู้ใช้งบการเงินถึงปัจจัยการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของกิจการเพื่อใช้ เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพกำไร อันจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไปในอนาคต

**คำสำคัญ :** มาตรฐานการบัญชี คุณภาพกำไร ภาพลักษณ์ของกิจการ



**Title :** The Affect of Implementing Accounting Standards on Earnings Quality and Corporate Image of Thai Listed Companies

**Researcher:** Ruchadapon Samakhun and Chutinun Ditsuntea

**Institution:** Dhurakij Pundit University **Year of Publication :** 2010

**Publisher:** Dhurakij Pundit University **Sources:** Dhurakij Pundit University

**No. of page :** 110 pages **Copy right :** Dhurakij Pundit University

### ABSTRACT

Accounting is a process that contributes to generating financial information that is useful to economic decision-making of the internal and external users. Such usefulness of financial information comes from its qualitative characteristics which include understandability, relevance, reliability, and comparability. All of these characteristics form the integral part of the accounting framework. The framework, one of the essences of the accounting standards, plays an important role in preparing and presenting financial reporting to all parties concerned. One of the financial information which is of high interest among investors especially in the Stock Exchange of Thailand is net income or earnings which reflects the operating performance of a business firm. Thus, the objective of the research is to study the effect of implementing accounting standards on earnings quality; and the effect of earnings quality on the corporate image of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Data collection was made through the questionnaires completed mostly by the accounting executives of such listed companies. The findings of the research are as follows: the implementation of accounting standards is positively related to earnings quality. Earnings quality is positively related to the corporate image of the listed companies. In addition, it is suggested that such findings would be of help to the Federation of Professional Accountancy under the Royal Patronage in that they will contribute to the improving the Thai accounting standards to meet with the ever-changing environment of business in Thailand.

**Keywords :** Accounting standard , Earnings quality and Corporate Image

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามที่ได้มีประกาศพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ซึ่งถือเป็นกฎหมายที่มีความสำคัญต่อวิชาชีพบัญชี โดยเฉพาะในมาตรา 20 ได้มีการกำหนดให้การจัดทำบัญชีของกิจการต้องให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี ดังนั้นการบังคับใช้ของพ.ร.บ.การบัญชีดังกล่าวย่อมมีผลกระทบต่อผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี ผู้ทำบัญชี ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ซึ่งมีหน้าที่ในการกำหนด และออกมาตรฐานการบัญชีที่ใช้สำหรับธุรกิจในประเทศไทย ได้ทำการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีของประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards: IFRSs) อันส่งผลให้งบการเงินของกิจการในประเทศไทยมีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มาตรฐานการบัญชีแสดงถึงกฎเกณฑ์และวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่ไม่ว่าผู้ปฏิบัติจะเป็นผู้สอบบัญชี ผู้ทำบัญชี ผู้บริหารควรรับทราบและนำมาปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้ได้สารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน จากงานวิจัยพบว่านักลงทุนให้ความสนใจในกำไรของกิจการซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐาน (พรรณนิภา กรุวรรณพัฒน์ ,2548) ในช่วงเวลาที่ประกาศกำไรสุทธิรายไตรมาส ค่าผลกำไรของบริษัทจะมีผลกระทบในทางบวกต่อการตอบสนองของราคาหลักทรัพย์ (นิ่มนวล เขียวรัตน์ ,2539) เมื่อมีการประกาศผลกำไรหรือขาดทุนสุทธิจะส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนผิดปกติ (วรสิทธิ์ อภิวัฒน์เสวี,2548) กำไรที่มีเสถียรภาพต่ำมีความสามารถในการอธิบายผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่น้อยกว่ากำไรที่มีเสถียรภาพสูง (ทิพวรรณ แซ่ล่อ,2548) และ กำไรทางบัญชีมีความสามารถอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้มากกว่ามูลค่าตามบัญชี (ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์ ,2545) ถ้าวางงบกำไรขาดทุนเป็นงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงาน และให้ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นความสามารถของบริษัทในการทำกำไร ข้อมูลกำไรที่มีคุณภาพจะต้องสามารถสะท้อนผลการดำเนินงาน และ มูลค่าทางเศรษฐกิจของกิจการได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง การใช้ “กำไร” เพื่อการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกิจการต้องเป็นกำไรที่มีคุณภาพ เพราะการตัดสินใจในการลงทุน หรือใช้ข้อมูลในการประเมินมูลค่าของกิจการ หรือมูลค่าหุ้นที่สนใจจะเข้าไปลงทุนนั้น จะต้องเป็นข้อมูลกำไรที่มีคุณภาพเท่านั้น ที่จะสามารถแสดงถึง

ความสามารถในการทำกำไรในอนาคตตามที่ประมาณการไว้ได้ใกล้เคียงกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นข้อมูลกำไรที่แสดงในงบการเงินจึงควรมีลักษณะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้ เข้าใจได้ และสามารถเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งลักษณะที่กล่าวนั้นเรียกว่าคุณภาพกำไร (Earnings Quality) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีตามที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ประกาศให้มีผลบังคับใช้ ดังนั้น รายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนจึงถือได้ว่าต้องมีการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีอย่างเหมาะสม จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีผลต่อ ลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของบริษัท และต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท โดยเก็บข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของกลุ่มบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลที่ได้จากงานวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลแก่ภาคธุรกิจในการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี และเพิ่มคุณภาพกำไร อันก่อให้เกิดการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการจัดทำงบการเงินของบริษัทในประเทศไทยให้ก้าวสู่ความเป็นสากลมากขึ้น และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนในวิชาการบัญชีการเงินให้มีความทันสมัย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี(ผู้บริหารฝ่ายบัญชี) ที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพกำไรในรายงานทางการเงินที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### สมมติฐานการวิจัย

1. คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี(ผู้บริหารฝ่ายบัญชี)ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. ลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

กำหนดขอบเขตของการวิจัยในกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยเลือกจากกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด ยกเว้น กองทุนรวม ในปี 2551 เนื่องจาก กลุ่มบริษัทเหล่านี้ต้องจัดทำรายงานทางการเงิน โดยต้องมีการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีตามที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ประกาศให้มีผลบังคับใช้ทุกฉบับ ผู้ทำบัญชีจึงต้องมีความรู้ ความเข้าใจและมีประสบการณ์ในเรื่องมาตรฐานและการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีในระดับหนึ่ง ซึ่งการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีน่าจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินรวมถึงคุณภาพกำไรของงบการเงินและอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกิจการ การศึกษาจากกลุ่มบริษัทเหล่านี้จึงน่าจะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา

### นิยามคำศัพท์

**คุณภาพกำไร** หมายถึง กำไรที่มีลักษณะเชิงคุณภาพ ตามแนวคิดในแม่บทการบัญชี ประกอบด้วยลักษณะแรก 4 ข้อ คือ ความสามารถเข้าใจได้ง่าย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเชื่อถือได้ และ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ โดยความเชื่อถือได้ ต้องประกอบด้วย ลักษณะรอง 5 ข้อ คือ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความเป็นกลาง ความระมัดระวัง ยึดหลักเนื้อหาสำคัญกว่ารูปแบบ และ ความครบถ้วน

**มาตรฐานการบัญชี** หมายถึง แนวทางที่นักบัญชียึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการรับรู้ การวัดมูลค่า การแสดงรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีในงบการเงิน

**ผู้ทำบัญชี** หมายถึง ผู้รับผิดชอบในการทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีไม่ว่าจะได้กระทำในฐานะเป็นลูกจ้างของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีหรือไม่ก็ตาม

**การประยุกต์ใช้** หมายถึง การนำบางสิ่งมาใช้ประโยชน์โดยปรับใช้อย่างเหมาะสมกับสภาวะที่เฉพาะเจาะจง การประยุกต์ใช้เป็นวิธีการนำทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ และแนวคิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในภาคปฏิบัติ โดยปรับให้เข้ากับบริบทแวดล้อมที่เป็นอยู่อย่างเหมาะสมกับบริบท โดยมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมในภาคปฏิบัติ ทั้งการแก้ปัญหาและการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ การนำมาใช้จะอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจถึงความแตกต่างกันในบริบทสถานที่ เวลา และองค์ประกอบอื่น ๆ

**การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี** หมายถึง การนำทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ หรือแนวคิดจากมาตรฐานการบัญชีไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของกิจการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลการเงินและรายงานทางการเงินมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน

**ภาพลักษณ์** หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจาก การได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือ ประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้

**ภาพลักษณ์องค์กร** หมายถึง การที่ผู้บริโภคและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้รับรู้ตีความหมาย และเปรียบเทียบคุณลักษณะเกี่ยวกับองค์กรผ่านความเชื่อ ทักษะคติ ความรู้สึกประทับใจที่สามารถจดจำได้จากเอกลักษณ์องค์กร

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. สาขาวิชาชีพบัญชีฯ ใช้ข้อมูลจากผลการศึกษาสำหรับสนับสนุนการปรับปรุงหรือการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆในปัจจุบัน

2. ผลที่ได้จากการศึกษาคาดว่าจะช่วยให้ผู้ใช้รายงานทางการเงินนำไปใช้ประเมินคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้รายงานทางการเงิน
3. ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี(ผู้บริหารของกิจการ)ใช้ข้อมูลจากผลการศึกษาเพื่อสนับสนุนให้ผู้จัดทำบัญชี(ผู้บริหารฝ่ายบัญชี)ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่จะส่งผลต่อลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานทางการเงินและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกิจการ

### กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) คือ การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี ครอบคลุมเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ การบันทึก และการจำแนกรายการต่างๆ 2) การวัดมูลค่ารายการ เพื่อกำหนดมูลค่าในการจดบันทึก โดยครอบคลุมเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การวัดมูลค่า การใช้ประโยชน์จากมาตรฐานบัญชี การคำนึงถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความสม่ำเสมอของการประยุกต์ใช้ 3) การจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงิน โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การศึกษามาตรฐานการบัญชี การประยุกต์ใช้ การให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูล

2. ตัวแปรกลาง (Medium variable) คือ คุณภาพกำไร ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่

1) ความสามารถเข้าใจได้ ครอบคลุมเกี่ยวกับ การนำเสนอข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจได้ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ แสดงลักษณะความคงอยู่และผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน 2) ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจครั้งก่อน ช่วยคาดคะเนผลลัพธ์ในอนาคต พร้อมนำไปใช้ตัดสินใจ นำเสนอโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน 3) ความเชื่อถือได้ ครอบคลุมเกี่ยวกับ ความสมเหตุสมผลตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป เน้นนำเสนอตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ นำเชื่อถือและปราศจากความลำเอียง ใช้ดุลพินิจตามหลักความระมัดระวัง นำเสนอข้อมูลครบถ้วนโดยคำนึงถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุนและประโยชน์ที่จะได้รับ 4) ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ครอบคลุมเกี่ยวกับ แสดงการเปรียบเทียบระหว่างงวดบัญชีหรือระหว่างกิจการ สามารถประเมินและคาดการณ์ฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน การเปรียบเทียบงบการเงินให้ความสำคัญกับวิธีการทางการเงิน และ แสดงผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชี

3. ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ภาพลักษณ์ของบริษัท ครอบคลุมเกี่ยวกับการยอมรับจากลูกค้าและหน่วยงานอื่น เคยได้รับรางวัลต่างๆ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ลูกค้าเพิ่มขึ้น ลูกค้ายินดีทดลองใช้สินค้าใหม่อย่างเต็มใจ ผู้บริหารได้รับการยอมรับ พนักงานมีความจงรักภักดี มีหลักเกณฑ์ทำงานชัดเจน พนักงานมีความภูมิใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีนโยบายแนวทางปฏิบัติในด้านความซื่อสัตย์ และจริยธรรมอย่างเป็นระบบ



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาจากแนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มาสรุปเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวัดผลกำไร
2. วัดอุปสงค์ของการวัดผลกำไร
3. ความหมายของผลกำไร
4. แนวคิดในการวัดผลกำไรทางการบัญชี
5. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพกำไร
6. แนวคิดเกี่ยวกับการตกแต่งตัวเลขกำไร
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารขององค์กร
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
9. แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการวัดผลกำไร

โดยทั่วไป ผู้ใช้งบการเงินมีความสนใจในผลกำไร ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินงานของกิจการในรอบระยะเวลาหนึ่ง ข้อมูลที่เกี่ยวกับกำไรเป็นข้อมูลทางการบัญชี ซึ่งผู้ใช้งบการเงินต้องการทราบทั้งนี้เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ เช่น ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน จ่ายเงินปันผล และจ่ายภาษีเงินได้ แนวคิดในการวัดผลกำไรที่แตกต่างกันส่งผลให้ตัวเลขกำไรแตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตาม ข้อควรพิจารณาในการวัดผลกำไร มีดังนี้

1. รายการใดควรรับรู้ในงบกำไรขาดทุนเพื่อคำนวณหาผลกำไร
2. แนวคิดในการวัดผลกำไรที่แตกต่างกัน จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งบการเงินทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องได้หรือไม่



3. แนวคิดในการวัดผลกำไรแนวคิดใดที่ให้ผลกำไรใกล้เคียงกับกำไรทางเศรษฐศาสตร์และจะสามารถใช้แนวคิดในการวัดผลกำไรทางเศรษฐศาสตร์แทนแนวคิดการวัดผลกำไรทางบัญชีได้หรือไม่

### วัตถุประสงค์ของการวัดผลกำไร

ผู้ใช้งบการเงินใช้ข้อมูลเกี่ยวกับกำไรในการวัดผลการดำเนินงาน หรือในการวัดผลด้านอื่น เช่น ผลตอบแทนจากการลงทุน หรือกำไรต่อหุ้น เป็นต้น วัตถุประสงค์ของการวัดผลกำไร มีดังนี้

1. ผู้ใช้งบการเงินอาจใช้ผลกำไรในการคาดคะเนเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจและผลกำไรในอนาคต
2. ผู้ใช้งบการเงินอาจใช้ผลกำไรในการประเมินผลการบริหารงานของผู้บริหาร
3. ผู้ใช้งบการเงินอาจใช้ผลกำไรในการตัดสินใจขายหรือถือเงินลงทุนในกิจการต่อไป
4. กิจการอาจใช้ผลกำไรในการกำหนดนโยบายที่สำคัญ เช่น นโยบายการจ่ายเงินปันผล การจ่าย

ภาษีเงินได้ เป็นต้น

### ความหมายของผลกำไร

ผู้ที่สนใจในผลกำไรอาจให้ความหมายของผลกำไรแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ที่ต้องการวัดผลกำไร ความหมายของผลกำไรในแต่ละทัศนะ มีดังนี้

#### 1. กำไรทางเศรษฐศาสตร์

การวัดผลกำไรตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การวัดมูลค่าส่วนที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการเนื่องจากการขาย ดังนั้น กำไรทางเศรษฐศาสตร์ จึงหมายถึง ผลต่างของราคาขายกับต้นทุนขายหรือต้นทุนบริการ กำไรในความหมายนี้จะ เป็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เช่น เจ้าของ เจ้าหนี้ พนักงาน เป็นต้น

#### 2. กำไรของกิจการ

กำไรของกิจการ หมายถึง กำไรที่เกิดจากการดำเนินงานของกิจการ กำไรดังกล่าวใช้วัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ดังนั้น กำไรของกิจการจึงไม่ควรรวมรายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เช่น ดอกเบี้ยที่จ่ายให้เจ้าหนี้ซึ่งเป็นผลตอบแทนจากการใช้เงินทุน หรือ เงินปันผลที่จ่ายให้ผู้ถือหุ้น หรือภาษีอากรที่จ่ายให้รัฐบาล เป็นต้น ดังนั้น กำไรของกิจการ หมายถึง รายได้ หักด้วยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน (ไม่รวมดอกเบี้ย เงินปันผล และภาษีอากร) กำไรในความหมายนี้จึงเป็นของเจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น และรัฐบาล

### 3. กำไรของผู้ลงทุน

จากแนวคิดตามข้อ 2 ทั้งเจ้าหนี้และผู้ถือหุ้นต่างก็เป็นผู้ลงทุนในกิจการ แต่เจ้าหนี้มีสิทธิเรียกร้องในสินทรัพย์เหนือผู้ลงทุนประเภทถาวรของกิจการ

### 4. กำไรของผู้ถือหุ้น

โดยทั่วไป ผู้ใช้งบการเงินเข้าใจว่า กำไรจากการดำเนินงานต้องเป็นของเจ้าของ เช่น กำไรของกิจการซึ่งดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด ต้องเป็นของผู้ถือหุ้นทุกคนทั้งผู้ถือหุ้นสามัญและผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิ

### 5. กำไรของผู้ถือหุ้นสามัญ

กำไรในความหมายนี้ หมายถึง กำไรของผู้ถือหุ้นสามัญเท่านั้น เนื่องจากผู้ถือหุ้นสามัญเท่านั้นที่เป็นเจ้าของกิจการ และเป็นผู้มีสิทธิในการบริหารกิจการ ผู้ถือหุ้นสามัญจึงได้รับผลตอบแทนดังที่ได้แสดงไว้ในกำไรต่อหุ้น

โดยสรุปแล้ว กำไรดังกล่าวข้างต้นมีความหมายที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้รับประโยชน์ นอกจากนี้ แนวคิดในการวัดผลกำไรก็มีหลายแนวคิด ดังที่จะได้กล่าวในหัวข้อต่อไป

## แนวคิดในการวัดผลกำไรทางการบัญชี

แนวคิดการวัดผลกำไร จะพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้แนวคิดในการวัดผลกำไรแตกต่างกัน ดังนี้

### 1. แนวคิดทางการบัญชี

แนวคิดในการวัดผลกำไรที่เกิดจากโครงสร้างทฤษฎีบัญชีหรือแนวคิดในการวัดผลกำไรทางบัญชีได้ให้ความหมายของ “กำไรทางบัญชี” (Accounting Income) ว่าหมายถึง ผลต่างระหว่างรายได้ที่เกิดขึ้นในงวดบัญชีกับต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจาก

1.1 ข้อสมมุติขั้นมูลฐานทางการบัญชี ดังนี้ หลักการเกิดขึ้นของรายได้ หลักราคาทุน หลักการจับคู่ค่าใช้จ่ายกับรายได้ และ หลักรอบเวลา

1.2 รายการและเหตุการณ์ทางบัญชีที่เกิดขึ้นแล้ว นั่นคือ รายได้จากการขายสินค้าหรือบริการหักด้วยต้นทุนต่างๆ ที่เกิดขึ้น จนทำให้สินค้าหรือบริการนั้นอยู่ในสภาพพร้อมที่จะขายกำไรทางบัญชีจึงเกิดขึ้นจากเกณฑ์การจับคู่รายได้และค่าใช้จ่าย ซึ่งกำหนดให้กิจการรับรู้รายได้พร้อมกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากรายการหรือเหตุการณ์ทางบัญชีเดียวกัน เช่น กิจการจะรับรู้ต้นทุนขายพร้อมกับรายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายสินค้า

ข้อสมมติในการจัดทำและเสนองบการเงินตามที่ระบุไว้ในแม่บทการบัญชีก็เป็นแนวคิดทางการบัญชีที่ทำให้เกิดการวัดผลกำไร ข้อสมมติดังกล่าวได้แก่ เกณฑ์คงค้างและการดำเนินงานต่อเนื่อง กล่าวคือ กิจการจัดทำงบการเงินโดยใช้เกณฑ์คงค้าง ดังนั้น รายการและเหตุการณ์ทางบัญชีซึ่งรวมถึงรายได้และค่าใช้จ่ายจะรับรู้เมื่อเกิดขึ้น มิใช่เมื่อมีการรับรู้หรือจ่ายเงินสด ผลกำไรจึงเกิดขึ้นจากรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีที่รับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง ส่วนเกณฑ์การดำเนินงานต่อเนื่องนั้นกำหนดว่า งบการเงินจัดทำขึ้นตามข้อสมมติที่ว่ากิจการจะดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและดำรงอยู่ต่อไปในอนาคต ดังนั้น จึงสมมติว่ากิจการไม่มีเจตนาหรือมีความจำเป็นที่จะเลิกกิจการหรือลดขนาดการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ ตัวอย่างเช่น กิจการรับรู้เครื่องจักรเป็นสินทรัพย์ในงบดุลแล้วกระจายราคาทุนของสินทรัพย์เป็นค่าเสื่อมราคาตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ เครื่องจักรดังกล่าวทำให้กิจการมีรายได้ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของเครื่องจักรและกิจการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน ผลกำไรจึงเกิดขึ้นในแต่ละงวดบัญชีซึ่งเป็นผลจากเกณฑ์การดำเนินงานต่อเนื่องดังกล่าว

### วิธีการวัดผลกำไรทางบัญชี อาจแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

#### 1) การวัดผลกำไรจากรายการและเหตุการณ์ทางบัญชี

รายการและเหตุการณ์ทางบัญชีดังกล่าวอาจเป็นรายการที่เกิดขึ้นกับภายนอกกิจการ เช่น การกู้ยืม การซื้อหรือขายสินค้า หรือ อาจเป็นรายการและเหตุการณ์บัญชีที่เกิดขึ้นภายในกิจการ เช่น การโอนวัตถุดิบทางตรงเพื่อใช้ในการผลิต การใช้แรงงานทางตรง หรือการปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้น แนวคิดนี้ทำให้กิจการบันทึกรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชี ข้อดีของแนวคิดนี้ ได้แก่

- กิจการสามารถแสดงรายละเอียดของกำไรได้หลายรูปแบบ เช่น กำไรตามประเภทของสินค้า กำไรตามประเภทของลูกค้า

- กิจการสามารถแสดงกำไรตามสาเหตุการเกิดของกำไร เช่น กำไรจากการดำเนินงาน กำไรจากการลงทุน กำไรจากการขายสินค้า

#### 2) การวัดผลกำไรจากกิจกรรม (Activity Approach)

ตามแนวคิดนี้ กิจการจะวัดผลกำไร โดยพิจารณาจากกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ เช่น การผลิต การขาย จนถึงการเก็บเงินค่าขาย ดังนั้น กำไรจึงเกิดขึ้นจากการขายรายงานผลของความสำเร็จ ซึ่งไม่ใช่การรายงานการคาดคะเนถึงความสำเร็จที่อาจเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น การวัดผลกำไรที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการผลิต กิจการจึงให้ความสนใจในกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยไม่สนใจการเปลี่ยนแปลงในมูลค่า แนวคิดนี้มี

ข้อดี คือ กิจการสามารถวัดผลกำไรตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน และผู้บริหารของกิจการสามารถวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรมได้

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพกำไร

การกำหนดลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงิน (Qualitative Characteristics of Financial Statements) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลทางการเงินบัญชีที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน ดังนี้

- ช่วยให้ผู้จัดทำงบการเงินมีแนวทางและบรรทัดฐานในการตัดสินใจเลือกวิธีการบัญชีซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลทุกฝ่าย
- ช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินเข้าใจถึงประโยชน์ที่ได้รับและข้อจำกัดของข้อมูลทางการเงินบัญชี
- ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคลหลายฝ่าย ทั้งผู้จัดทำและผู้ใช้งบการเงินให้เข้าใจและนำแม่บทการบัญชี และมาตรฐานการบัญชีไปใช้อย่างถูกต้อง

การนำลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินมาใช้ ช่วยให้งบการเงินมีความถูกต้องตามควร (True and Fair View) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินตามวัตถุประสงค์

**แม่บทการบัญชีได้กำหนดลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินไว้ 4 ประการ ดังนี้**

1. ความเข้าใจได้ (Understandability)
2. ความเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจ (Relevance)
3. ความเชื่อถือได้ (Reliability)
4. การเปรียบเทียบกันได้ (Comparability)

ลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินสามารถอธิบายในรายละเอียดได้ดังนี้

#### 1. ความเข้าใจได้

ข้อมูลทางการเงินบัญชีต้องช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถเข้าใจในข้อมูลที่นำเสนอของงบการเงินจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ที่มีความรู้พื้นฐานอย่างเพียงพอ แม่บทการบัญชีจึงมีข้อสมมติว่า ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินบัญชีต้องมีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจและเหตุการณ์ ถึงแม้ข้อมูลจะมีความซับซ้อน แต่ถ้าเกี่ยวกับการตัดสินใจ ผู้จัดทำงบการเงินยังคงต้องนำเสนอข้อมูลดังกล่าว ตัวอย่างเช่น กิจการไม่สามารถอ้างได้ว่า กิจการไม่ได้แสดงข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงินที่ต้องเปิดเผยตามมาตรฐานการบัญชี เพราะกิจการเข้าใจว่าข้อมูลดังกล่าวมีความซับซ้อนเกินไป แม่บทการบัญชีกำหนดว่ากิจการยังคง

ต้องเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็น เนื่องจากข้อมูลที่น่าเสนอจะให้ประโยชน์แก่ผู้ใช้งบการเงินในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

## 2. ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ข้อมูลทางการบัญชีต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้ใช้ ข้อมูลจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจต่อเมื่อข้อมูลนั้นช่วยให้ผู้ใช้สามารถประเมินเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบันและอนาคตได้ ดังนั้น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ หมายถึง ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถคาดคะเนผลลัพธ์ซึ่งได้แก่การคาดคะเนฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในอนาคต รวมทั้งเรื่องอื่นๆ ที่ผู้ใช้สนใจ เช่น การจ่ายเงินปันผล การจ่ายค่าจ้าง ตัวอย่างเช่น ผู้ลงทุนสามารถใช้ข้อมูลในงบการเงินของบริษัทที่ต้องการลงทุนเพื่อคาดการณ์ว่าบริษัทมีความสามารถในการก่อให้เกิดกระแสเงินสดได้เพียงไร อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทางการบัญชีใช้เป็นเพียงพื้นฐานในการคาดคะเนเท่านั้น แต่ไม่ได้ใช้ทำนายเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น

### ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- ข้อมูลนั้นให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจในครั้งก่อนซึ่งสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจในอนาคตด้วย (Feedback Value)
- ข้อมูลนั้นช่วยในการคาดคะเนหรือยืนยันเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Predictive Value)
- ข้อมูลนั้นต้องพร้อมที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องได้ตามความต้องการ (Timeliness)

โดยสรุปแล้ว ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจจะต้องเป็นข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวจะสามารถลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคตได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของข้อมูลถือเป็นคุณลักษณะหลักซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะและความมีนัยสำคัญของข้อมูล ความมีนัยสำคัญดังกล่าวถือเป็นคุณลักษณะรอง

**ความมีสาระสำคัญ (Materiality)** หมายถึง รายการหรือเหตุการณ์ทางบัญชีซึ่งหากผู้ใช้งบการเงินไม่ได้รับทราบแล้วอาจตัดสินใจผิดพลาดไปจากกรณีได้รับทราบ ความมีนัยสำคัญขึ้นอยู่กับขนาดและลักษณะของรายการหรือเหตุการณ์ทางบัญชีที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้ข้อมูล ในการพิจารณาว่าข้อมูลมีนัยสำคัญหรือไม่นั้น ให้พิจารณาจากผลกระทบที่มีต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจเป็นสำคัญ กล่าวคือ หากการไม่แสดงข้อมูลหรือการแสดงผลข้อมูลที่ผิดพลาดมีผลต่อการ

ตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้บการเงิน จะถือว่าข้อมูลนั้นมีนัยสำคัญ โดยปกติแล้วรายการที่ผิดปกติ อาจมีนัยสำคัญมากกว่ารายการที่เกิดขึ้นตามปกติ

### 3. ความเชื่อถือได้

ข้อมูลต้องเชื่อถือได้จึงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บการเงิน ข้อมูลที่มีความเชื่อถือได้ หมายถึง ข้อมูลนั้นไม่มีความผิดพลาดที่มีนัยสำคัญหรือไม่มีความลำเอียง ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเชื่อถือได้ว่าข้อมูลดังกล่าวแสดงสภาพเศรษฐกิจหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ข้อมูลนั้นแสดง

**ความเชื่อถือได้ประกอบด้วยคุณลักษณะรอง (Secondary and Interactive Qualities) 5 ประการ ดังนี้**

#### 3.1 การเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation)

การเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม หมายถึง การแสดงรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีอย่างเที่ยงธรรมตามที่ต้องการให้แสดงหรือควรแสดง ตัวอย่างเช่น กิจการแสดงทรัพย์สินทางเศรษฐกิจ ภาระผูกพัน และรายการต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงทรัพย์สินและภาระผูกพันเหล่านั้นด้วยมูลค่า และอธิบายให้ตรงกับรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีที่ควรแสดง โดยปกติ ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือจะต้องมีความชัดเจนและแน่นอน แต่บางครั้งข้อมูลทางการบัญชีบางรายการจำเป็นต้องอาศัยการประมาณการ ข้อมูลที่มีการประมาณการอย่างสมเหตุสมผลและเป็นไปได้ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป สามารถเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมได้

#### 3.2 เนื้อหาสำคัญกว่ารูปแบบ (Substance Over Form)

โดยปกติ เนื้อหาทางเศรษฐกิจของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมักสอดคล้องกับรูปแบบทางกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งเนื้อหาทางเศรษฐกิจของเหตุการณ์แม้เนื้อหาทางเศรษฐกิจของเหตุการณ์นั้น อาจแตกต่างจากรูปแบบทางกฎหมาย ดังนั้น ผู้จัดทำบการเงินจึงควรนำเสนอบการเงินตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้บการเงินได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของรายการเหตุการณ์ทางบัญชีที่แท้จริง

#### 3.3 ความเป็นกลาง (Neutrality)

ความเป็นกลาง หมายถึง การเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและปราศจากความลำเอียง ข้อมูลทางการบัญชีจะมีความน่าเชื่อถือเมื่อมีความเป็นกลางหรือปราศจากความลำเอียง เนื่องจากความเป็นกลางจะทำให้ข้อมูลทางการบัญชีสะท้อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง โดยไม่มีวัตถุประสงค์ที่จะใช้ข้อมูลนั้นเป็นสื่อที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่งโดยเฉพาะ หรือไม่มีการกำหนดผลลัพธ์ไว้ล่วงหน้า

ความลำเอียงในการวัดมูลค่าของรายการและเหตุการณ์ทางบัญชี หมายถึง แนวโน้มที่จะวัดมูลค่าซึ่งทำให้ผลจากการวัดมูลค่าไม่ได้แสดงค่าของสิ่งที่วัด หรือผู้วัดมูลค่านั้นไม่มีความชำนาญหรือขาดความเที่ยงธรรมซึ่งทำให้เลือกวิธีการวัดมูลค่าไม่เหมาะสม

### 3.4 ความระมัดระวัง (Prudence)

หลักความระมัดระวัง หมายถึง ในกรณีที่กิจการอาจเลือกปฏิบัติทางการบัญชีได้มากกว่าหนึ่งวิธี หรือในกรณีที่มิข้อสงสัย ผู้จัดทำงบการเงินควรใช้ดุลยพินิจที่จำเป็นในการประมาณการภายใต้ความไม่แน่นอนเพื่อมิให้สินทรัพย์หรือรายได้แสดงจำนวนสูงเกินไป และหนี้สินหรือค่าใช้จ่ายแสดงจำนวนต่ำเกินไป หลักความระมัดระวังไม่มีวัตถุประสงค์ที่จะให้งบการเงินแสดงในมูลค่าที่ต่ำเกินความเป็นจริง แต่ให้นำมาใช้ในกรณีที่กิจการอยู่ในสถานะที่มีความเสี่ยงหรือมีความไม่แน่นอน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากิจการได้คำนึงถึงความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากิจการได้คำนึงถึงความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้หลักความระมัดระวังไม่ได้หมายความว่ากิจการจะสามารถตั้งสำรองไว้บัญชีได้ เนื่องจากการตั้งสำรองดังกล่าว ทำให้งบการเงินขาดความน่าเชื่อถือ

### 3.5 ความครบถ้วน (Completeness)

ข้อมูลที่เชื่อถือได้ต้องครบถ้วนภายใต้ข้อจำกัดของความมีนัยสำคัญและต้นทุนในการจัดทำต้นทุนในที่นี้ หมายรวมถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดทำและนำเสนองบการเงิน

ดังนั้น ผู้ใช้งบการเงินควรที่จะพิจารณาถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุนและประโยชน์ที่ได้รับด้วย กล่าวคือ ต้นทุนในการจัดทำไม่ควรสูงกว่าประโยชน์ ตัวอย่างเช่น กิจการอาจมีการประมาณการรายการทางบัญชีเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินได้อย่างทันเวลา ซึ่งหากต้องการรายการที่ถูกต้องร้อยเปอร์เซ็นต์แล้ว อาจต้องใช้เวลานานและไม่สามารถทำได้ในทางปฏิบัติและผู้ใช้งบการเงินก็เข้าใจถึงข้อจำกัดที่ว่ารายการทางบัญชีดังกล่าวอาจไม่ถูกต้องทั้งหมด เนื่องจากการประมาณ แต่ผู้ใช้งบการเงินยังสามารถใช้ประโยชน์จากงบการเงินในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจได้อย่างทันเวลาภายใต้ข้อจำกัดดังกล่าว

## 4. การเปรียบเทียบกันได้ (Comparability)

การเปรียบเทียบกันได้ หมายถึง การเปรียบเทียบงบการเงินของกิจการในรอบระยะเวลาต่างกัน หรือการเปรียบเทียบงบการเงินของธุรกิจต่างๆ การเปรียบเทียบกันได้ทำให้ผู้ใช้สามารถประเมินฐานะการเงิน กระแสเงินสด ผลการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน และสามารถคาดคะเนแนวโน้มของฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการที่เปรียบเทียบได้ การใช้วิธีการบัญชีที่สม่ำเสมอจาก

งวดหนึ่งไปยังอีกงวดหนึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้งบการเงินโดยทำให้สามารถวิเคราะห์และเข้าใจข้อมูลทางการเงินที่เปรียบเทียบกันได้ แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าผู้จัดทำงบการเงินจะเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีไม่ได้ เนื่องเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอาจเปลี่ยนแปลง ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้นและกิจการต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดในการตกแต่งตัวเลขกำไร

การคิดเกี่ยวกับการตกแต่งตัวเลขกำไรเกิดขึ้นมานานแล้ว การตกแต่งกำไรเกิดขึ้นเมื่อดุลยพินิจในการเลือกนโยบายการบัญชีและวิธีการประมาณการทางบัญชี และในการจัดโครงสร้างรายการค่าที่ใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงงบการเงินให้เปลี่ยนไปตามอิทธิพลของเนื้อหาเชิงเศรษฐกิจของรายการหรือผลการดำเนินงานเศรษฐกิจของกิจการ วิธีปฏิบัติดังกล่าวอาจกระทบต่อความโปร่งใสและความเที่ยงธรรมในการจัดทำรายงานทางการเงิน กรณีสุดโต่งของพฤติกรรมก้าวร้าวในการตกแต่งตัวเลขกำไรคือการทุจริต

เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลหลังจากวิธีปฏิบัติตกแต่งตัวเลขกำไรจำนวนมากโดยกิจการที่ล้มเหลว เช่น เอนรอน (Enron) และเวิร์ลด์คอม (Worldcom) ทำให้ในปัจจุบันผู้สอบบัญชีต้องพึงเล็งอย่างมากในการตรวจให้พบวิธีปฏิบัติตกแต่งตัวเลขกำไร

สืบเนื่องจากโครงสร้างการบริหารงานเป็นการจูงใจให้เกิดการตกแต่งตัวเลขกำไร สิ่งจูงใจนี้มาจากพฤติกรรม เช่น ข้อพิจารณาทางการเมือง ผลตอบแทนแก่ผู้บริหาร หรือความค้ำกวมและความไม่สามารถ ของมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะจัดการกับรายการที่ซับซ้อน หรือสถานการณ์ซึ่งรวมถึงความกดดันทางการเงิน รายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน นอกจากนี้ตลาดทุนอาจเป็นสิ่งจูงใจเมื่อความคาดหวังของตลาด การพยากรณ์ของนักวิเคราะห์และรายงานของผู้บริหาร เป็นต้น เป็นสิ่งกดดันให้เกิดการจูงใจที่จะตกแต่งตัวเลขในงบการเงิน

เทคนิคการตกแต่งตัวเลขกำไรมีหลายวิธี เช่น เกณฑ์คงค้าง การรับรู้รายได้ ค่าใช้ในการปรับโครงสร้างหนี้ การประมาณการของหนี้สิน การชะลอยอดขาย การตัดค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ผู้สอบบัญชีควรสนใจเรื่องเหล่านี้ตามแนวทางที่กล่าวไว้ข้างต้น และดำรงรักษาความสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ พึงมีในดุลยพินิจของผู้บริหาร มาตรฐานการสอบบัญชีระหว่างประเทศ (ISA 240) เรื่อง ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีในการพิจารณาเกี่ยวกับการทุจริตในการตรวจสอบงบการเงินได้ระบุการตกแต่งกำไรเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการพิจารณาด้วย



### เกณฑ์คงค้างกับการตกแต่งกำไร

วัตถุประสงค์หลักของการใช้เกณฑ์คงค้าง หรือ Accrual Accounting ในการบันทึกบัญชีนั้น เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทในช่วงเวลาใดช่วงเวลานึง โดยการให้หลักการรับรู้รายได้ (Revenue Recognition Principle) และหลักการจับคู่ค่าใช้จ่ายกับรายได้ (Matching Principle) ที่เหมาะสมตามดุลยพินิจของผู้บริหาร (Management Discretion) ซึ่งหลักการดังกล่าวนี้ส่งผลให้ระดับของกำไรสุทธิ (Net Income) มีความสม่ำเสมอมากกว่าระดับของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash Flows From Operations) ดังนั้นการที่ระบบการบันทึกบัญชีตามเกณฑ์คงค้างให้ความยืดหยุ่นกับผู้บริหารในการใช้ดุลยพินิจนั้น จะเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริหารสามารถสื่อสารข้อมูลภายใน (Private Information) เกี่ยวกับระดับของกำไรที่แท้จริง (Permanent Earnings) ให้กับผู้ใช้งบการเงินได้ทราบ

ถึงแม้การใช้เกณฑ์คงค้างในการบันทึกบัญชีจะมีประโยชน์มากมายต่อผู้ใช้งบการเงิน แต่การใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารในการตกแต่งกำไรในทางผิดและละเมิดต่อหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปนั้น จะส่งผลให้ผู้ใช้งบการเงินได้รับความเสียหายได้ การตกแต่งกำไรนั้นอาจจะสามารถทำได้โดยไม่ละเมิดหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปก็ได้ การตกแต่งกำไรนั้นผู้บริหารสามารถใช้ดุลยพินิจในการเลือกนโยบายบัญชี (Accounting Choices) ซึ่งจะไม่มีผลต่อกระแสเงินสดของบริษัท และใช้ดุลยพินิจในการทำให้เกิดรายการ (Real Cash Flow Choices) ซึ่งจะทำให้มีผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัทโดยตรง การตรวจสอบการตกแต่งกำไรของผู้บริหารยิ่งทำได้ยากขึ้น

### แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรเพื่อบรรลุเป้าหมายกำไร

วัตถุประสงค์หนึ่งของการสร้างกลไกเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุนที่รู้จักกันในนามของ บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) นั้นคือการเพิ่มคุณภาพของข้อมูลบัญชีที่แสดงในงบการเงินเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุนในการนำข้อมูลดังกล่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานหรือผลกำไรของบริษัทไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน สาเหตุที่จำเป็นต้องสร้างความมั่นใจดังกล่าวเพราะนักลงทุนมีความเชื่อว่าผู้บริหารของบริษัทมีแรงจูงใจที่จะตกแต่งกำไรหรือที่รู้จักกันในชื่อภาษาอังกฤษว่า Earnings Management หรือ Earnings Manipulation นั้นเอง ซึ่งจะกล่าวโทษนักลงทุนที่มีความเชื่อเช่นนั้นคงไม่ได้ เพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตมากมายที่สร้างความเสียหายให้แก่การลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) จำนวนมากซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการตกแต่งกำไรของบริษัท การสร้างความมั่นใจในคุณภาพของข้อมูลบัญชีที่แสดงในงบการเงินให้แก่ัก

ลงทุนนั้นควรกระทำควบคู่กันไปกับการสร้างความเข้าใจให้กับนักลงทุนถึงแรงจูงใจของผู้บริหารในการตกแต่งกำไรเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุน รวมทั้งยังเป็นการช่วยสร้างความมั่นคงและความเจริญเติบโตให้กับตลาดทุนของประเทศไทยอีกด้วย เป้าหมายของกำไร (Earnings Targets หรือ Earnings Thresholds) ที่ผู้บริหารของบริษัทต้องการไปให้ถึงอาจแบ่งเป็น 4 เป้าหมาย ดังนี้ เป้าหมายแรกคือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่เป็นผลขาดทุนหรือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่เป็นลบ เป้าหมายที่สองคือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าผลการดำเนินงานในอดีตหรือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่แสดงถึงแนวโน้มที่ลดลง เป้าหมายที่สามคือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าประมาณการกำไรของผู้บริหารที่เคยแจ้งให้นักลงทุนทราบไว้แล้ว และเป้าหมายสุดท้ายคือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุน

#### **แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารขององค์กร (Organizational Communication)**

การสื่อสารขององค์กรตามความหมายโดยทั่วไปนั้นจะเป็นคำซึ่งมีความหมายกว้างที่ซึ่งประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การทำสาธารณกิจต่าง ๆ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน การสื่อสารกับตลาดแรงงาน การโฆษณากิจการ การสื่อสารกับสภาพแวดล้อมภายนอก และการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารขององค์กรคือ การสื่อสารแต่ละชนิดเหล่านี้ต่างก็จะกระทำโดยหวังผลไปให้ถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ (Target groups) โดยเฉพาะกับกลุ่มที่ซึ่งองค์กรมักต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ด้วยเสมอโดยทางอ้อม เช่น กับชุมชนในสังคมที่อยู่แวดล้อม หรือกับตลาดแรงงานที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับการสมัครหรือจ้างแรงงานเข้ามาทำงาน เป็นต้น ลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งของการสื่อสารขององค์กรก็คือ จะเป็นส่วนของข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ทั้งหลายที่ไม่ใช่ข้อมูลด้านการสื่อสารการตลาดที่อยู่กับหน้าที่ของฝ่ายการตลาด ซึ่งส่วนหนึ่งโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสู่ภายนอกนั้นมักจะอยู่ที่ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่มีอยู่กระจัดกระจายไปทั่วองค์กร โดยอาจอยู่ในจุดต่าง ๆ กันภายในโครงสร้าง เช่น การสื่อสารกับตลาดแรงงานที่มักทำโดยฝ่ายบริหารงานบุคคล หรือการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นก็มักจะทำโดยฝ่ายการเงิน เป็นต้น

#### **ชนิดของงานด้านการสื่อสารขององค์กร**

งานด้านการสื่อสารขององค์กรที่ทำไปยังภายในกับภายนอกองค์กรนั้นสามารถแยกออกได้เป็นชนิดต่าง ๆ คือ

1) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ หน้าที่งานด้านการจัดการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อหวังผลสำหรับการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชนที่ซึ่งสำคัญต่อความสำเร็จและล้มเหลวของกิจการ

2) การด้านการสาธารณกิจ (Public Affairs) คือ วิธีการเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงมีต่อสถานการณ์แวดล้อม โดยมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อการสร้างภาพพจน์ที่ดีหรือใช้แก้ภาพพจน์เพื่อให้สอดคล้องเข้าได้กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมืองที่เกิดขึ้น

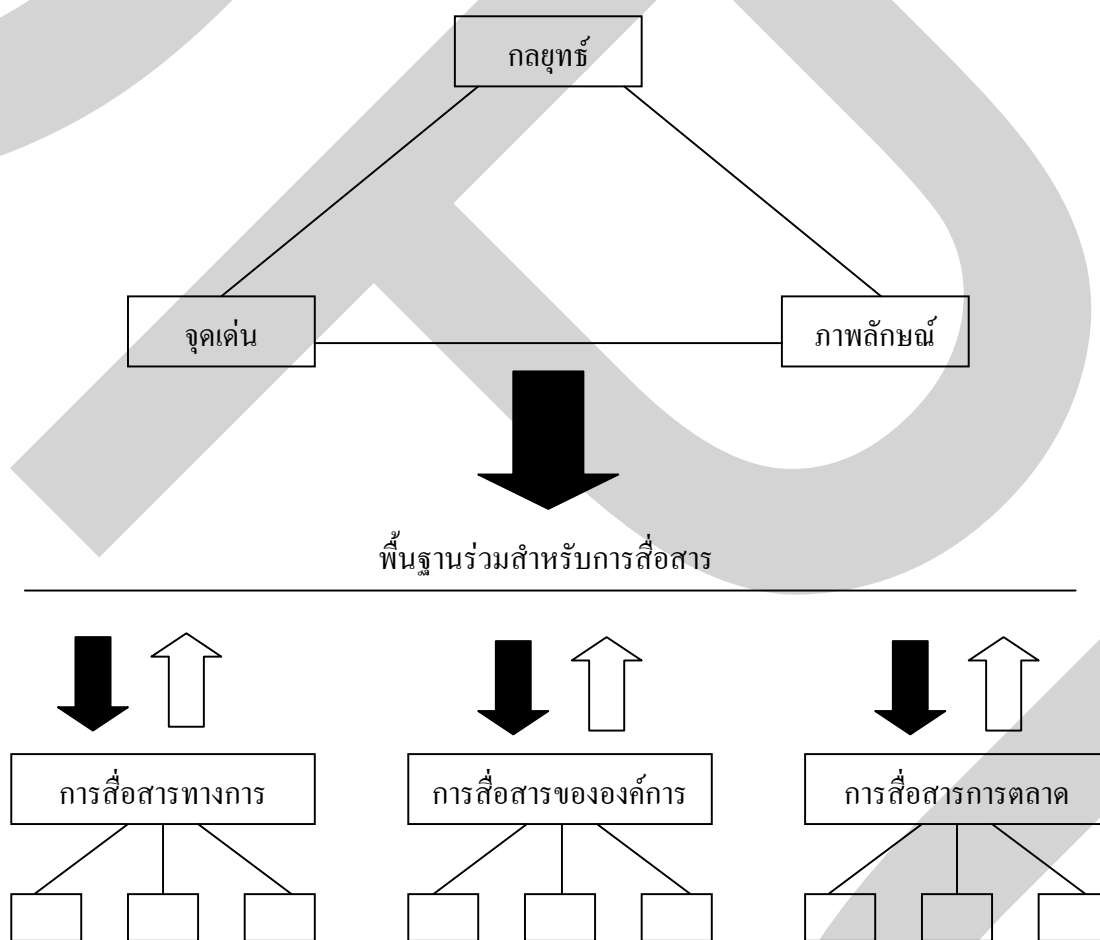
3) การสื่อสารกับสภาวะแวดล้อม (Environmental Communication) คือ การดำเนินนโยบายเพื่อให้เป็นกลยุทธองค์การที่มีต่อด้านสภาพแวดล้อม ทั้งนี้โดยการแจ้งข่าวสารให้ความตระหนัก และจูงใจทั้งกลุ่มภายในและภายนอกเพื่อให้เห็นถึงความตั้งใจจริงในการช่วยรักษาสภาพแวดล้อมและสังคม ดังเช่น กรณีน้ำมันบางจากที่สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเห็นถึงความสำคัญของชุมชนในท้องถิ่น หรือกรณีของห้างสรรพสินค้าบางแห่งที่มีการใช้ถุงหิ้วบรรจุของโดยใช้วัสดุที่ “เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม” ที่สามารถย่อยสลายได้นับเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อบรรดากลุ่มภายนอกทั้งหลายเป็นต้น

4) การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน (Investor Relations) คือ กิจกรรมทางการตลาดของกิจการที่ซึ่งรวมเอาวิชาการทางการสื่อสารมาควบเข้ากับวิชาการเงิน เพื่อการนำเสนอต่อผู้ถือหุ้นปัจจุบันและผู้ที่จะลงทุนในหุ้นของบริษัทในอนาคต โดยการสะท้อนให้ได้เห็นถึงผลการดำเนินงานและช่องทางโอกาสที่ดีของบริษัท ในการจัดทำ การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ถือหุ้นนี้ หากได้มีการดำเนินการอย่างถูกต้องแล้วก็จะอาจส่งผลดีต่อมูลค่ารวมของกิจการที่อาจสูงกว่าระดับที่เป็นอยู่ในตลาดตามปกติโดยทั่วไป และอาจทำให้ต้นทุนการจัดหาทุนของกิจการทำได้ต่ำกว่าอีกด้วย

5) การสื่อสารกับตลาดแรงงาน (Labor Market Communication) คือ เครื่องมือของฝ่ายบริหารที่ซึ่งได้มีการจัดและวางแผนทำขึ้นเพื่อให้มีการประสานใช้กลไกการสื่อสารต่าง ๆ เอกการควบคุมและกำกับให้เส้นทางการสื่อสารไหลไปถึงตัวบุคคลที่อาจจะมาสมัครเข้าทำงานกับกิจการกับให้มีการส่งไปถึงยังบุคคลหรือสถาบันต่าง ๆ ที่ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการช่วยชักจูงให้คนเหล่านั้นเข้ามาสมัครทำงานด้วย

6) การโฆษณาบริษัท (Corporate Advertising) คือ กิจกรรมโฆษณาที่จัดทำโดยใช้จ่ายเงิน เพื่อให้มีการออกแบบใหม่ หรือทำการพัฒนา และ/หรือเพื่อหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาพพจน์ขององค์กร ดังเช่น การโฆษณาของธนาคารบางแห่ง หรือของบริษัทต่างประเทศชั้นนำที่มีเทคโนโลยีทันสมัย เช่น บริษัทซีเมนส์ของประเทศเยอรมันนี เป็นต้น

7) การสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication) คือ ข้อความการติดต่อสื่อสารภายในทั้งหลายที่ทำกันของบุคคลฝ่ายต่าง ๆ และ/หรือของกลุ่มทั้งหลายที่อยู่ในระดับต่าง ๆ ขององค์กร และที่อยู่ต่างหน้าทำงานกัน ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีการออกแบบขององค์กรใหม่ และเพื่อการเปลี่ยนแปลงการออกแบบขององค์กร รวมทั้งการดำเนินการปฏิบัติใช้แบบขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงใหม่นั้นกับการใช้เพื่อการประสานงานในกิจกรรมประจำวันทั้งหลายด้วย



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงการกำหนดนโยบายการสื่อสารของกิจการด้วยการประสาน “กลยุทธ์ จุดเด่น และภาพลักษณ์” ให้เข้ากันเพื่อเป็นพื้นฐานร่วมกันสำหรับการสื่อสารทั้ง 3 แบบ  
ที่มา: ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์, องค์กรกับการสื่อสาร, 2542, น.96

### กลยุทธ์การจํัดกรอบที่ใช้กํากับการสื่อสารของกิจการให้ประสานกัน

การหาทางประสานวัตถุประสงค์ของบริษัท (Company Objectives) กับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ (Communication Objectives) ให้เข้ากันตามแนวทางการประสานดังกล่าว กลยุทธ์การจํัดกรอบการประสานที่มองหรือยึดถือจากการสื่อสารของกิจการเป็นหลักนั้นก็คือจะต้องหาทางให้การสื่อสารทุกรูปแบบที่กิจการมีอยู่ให้ประสานสนับสนุนจนเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งวิธีที่จะทำได้นั้นก็โดยการยึดตามปรัชญาพื้นฐานดังนี้คือ การต้องกํากับและสั่งการให้นโยบายการสื่อสาร (Communication Policy) ของกิจการให้ต้องอยู่ภายในกรอบ 3 ประการ คือ 1) กลยุทธ์องค์การ (Corporate Strategy) 2) เอกลักษณ์เด่นของกิจการ (Corporate Identity) 3) ภาพลักษณ์ของกิจการ (Corporate Image) ทั้งนี้การดำเนินการจะเริ่มโดยตัวแทนที่เป็นผู้ชำนาญการแต่ละด้านเข้ามาปรึกษาหารือเกี่ยวกับจุดร่วมที่จะเป็นจุดเริ่มที่เป็นจุดร่วมอันเดียวกัน ซึ่งการได้มานั้นจะได้มาจากการวิเคราะห์กลยุทธ์ของกิจการอย่างชัดเจน ซึ่งผลที่ตามมาก็จะช่วยให้ได้สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เด่นของกิจการตามที่เป็นจริงและทำให้นึกคิดต่อไปได้ถึงภาพลักษณ์ของกิจการตามที่ปรารถนาจะให้เป็น อนึ่งในการที่จะทำให้อาจได้การสื่อสารของกิจการทั้งระบบเป็นไปโดยสอดคล้องเสริมและสนับสนุนไปในทิศทางเดียวกันนั้น ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำเอานโยบายการสื่อสาร (Communication Policy) ไปทั่วทุกระดับและทั่วทั้งองค์การ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” ได้มีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้มากมาย

- ภาพลักษณ์** หมายถึง
1. เจตคติของบุคคลกลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบัน หรือเป้าหมายซึ่งอาจเป็นกรณีหรือบุคคล หรือสถาบันใด ๆ ก็ได้
  2. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคลกรณี หรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของตนที่มีอยู่
  3. เป็นสิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณีหรือบุคคล หรือสถาบัน
  4. คุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคลหรือกรณีเรื่องราวใด ๆ (Psychological Value Added) (ประจวบ อินฮืด 2532:96)

**ภาพลักษณ์** เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของคน que เห็นหน่วยงานเป็นภาพในลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น ทั้งที่ประจักษ์และไม่ประจักษ์ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2537:81)

**ภาพลักษณ์** เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective knowledge) ที่บุคคลนำมาใช้ช่วยในการตีความและให้ความหมายแก่โลกรอบ ๆ ตัว ซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้ ถือเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ หรือเรียกว่า “กระบวนการเกิดมโนทัศน์” (Process of imagery) ซึ่งมักเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการตีความหมายในสิ่งที่ขาดความแน่นอน ชัดเจนในตัวของมันเอง (Kenneth E. Boulding, 1975)

**ภาพลักษณ์** เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนบุคคล ซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน (Patricia M. Anderson และ Leonard G. Rubin อ้างใน พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2537 : 123)

#### การเกิดภาพลักษณ์

พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2533) ได้กล่าวถึงการเกิดภาพลักษณ์พิจารณาในแง่ของปัจเจกบุคคลที่เหตุการณ์ได้มาถึงตัวเองแล้ว และจะพัฒนาเป็นภาพลักษณ์ในที่สุดอย่างไร

1. เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับเหตุการณ์ภายนอกมายังตัวเขานั้น เหตุการณ์ยังไม่สามารถจะสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่กลับต้องมีขั้นตอน ซึ่งพอจัดแบ่งได้ดังนี้

ก. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Event and Environment) คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้ก็จะจะมีเหตุการณ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษาและอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์ หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวเราเพียงอย่างเดียวทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหายและระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

ข. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้าสู่เราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมีประสิทธิภาพทางด้านการรับ ความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านี้ตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุปช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญสุด

ค. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น Berlo ได้กล่าวไว้ร่วมสามทศวรรษว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลคือ ทักษะของการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรมต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบ หรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ ดังนั้น ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสารและเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม จะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

ง. การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression) ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวที่พิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อนโดย “การรับรู้” (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” หรือเรียกว่า เป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคลก็จะไม่ผิดนัก ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก (ไม่ว่าจะบวกหรือลบ) ก็จะมี ความทรงจำ-จดจำได้มากและนาน และเมื่อสร้างภาพลักษณ์อะไรขึ้นได้แล้วก็จะ เป็นภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่าที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการที่กล่าวมานี้ จะมีการผันแปรเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องมาจากการได้รับรู้ข้อมูลใหม่เกี่ยวกับองค์กรนั้น ๆ และหรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย นอกจากนี้ทั้งกระบวนการอันได้แก่ ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้ ความประทับใจและสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรที่สำคัญของการปรับเปลี่ยนและปรุงแต่งภาพลักษณ์ในอนาคตต่อไปเรื่อย ๆ

การเกิดภาพลักษณ์ในฐานะปัจเจกบุคคลนี้จะพบว่า บุคคล การรับรู้ของบุคคล องค์ประกอบของการสื่อสาร และแม้แต่สภาพแวดล้อมต่างก็มีอิทธิพลทั้งสิ้น เพียงแต่อะไรจะมีอิทธิพลมากกว่ากันเท่านั้น ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาอาจไม่เป็นเช่นนั้นก็ได้ ทั้งนี้เพราะมีตัวแปรเข้ามาเกี่ยวพันมาก ดังนั้น หน้าที่ขององค์กรคือต้องจัดหาระบบอะไรก็ตามมาช่วยสร้างเหตุการณ์ไปในทิศทางที่ต้องการ และจัดการการสื่อสารให้เป็นอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

2. การประชาสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์จากการอธิบายการเกิดภาพลักษณ์ในปัจเจกบุคคลดังกล่าว สามารถวิเคราะห์ได้ 2 ประเด็น คือ

### ก. ผลของเหตุการณ์

เหตุการณ์ที่ส่งผลทางบวกแก่องค์กร ได้แก่ กรณีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถ มีพนักงานที่มีคุณภาพ ที่ทำงานปลอดภัยและมั่นคง องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

เหตุการณ์ที่ไม่ส่งผลทางบวก หรือทางลบอย่างชัดเจน ได้แก่ การปรับเปลี่ยนผู้บริหารฝ่ายต่าง ๆ การออกสินค้าใหม่ การทำโฆษณา ฯลฯ

### ข. การควบคุมเหตุการณ์

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยเจตนา นั้นคือ องค์กรมีเจตนาที่จะจัดให้มีกิจกรรมขึ้นเพื่อแสดงว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการผลิต หรือมีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือเป็นองค์กรที่มั่นคงและเจริญก้าวหน้า ฯลฯ

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ นั้นคือ ไม่มีใคร (ในนามขององค์กร) ตั้งใจจะให้เหตุการณ์เกิดขึ้น เช่น เกิดการผันผวนทางการค้าจนมีผลกระทบต่อธุรกิจขององค์กร เกิดข่าวลือการเปลี่ยนแปลงของบริษัทคู่แข่ง ฯลฯ

### ความสำคัญของภาพลักษณ์

ในระยะหลังนี้ที่โลกการสื่อสารได้ขยายตัวและพัฒนาขึ้นได้มีผลทำให้ภาพลักษณ์มีความสำคัญมากต่อกิจการต่าง ๆ ซึ่งดูได้จากความทุ่มเทสนใจศึกษาเรื่องนี้โดยตรงและได้ทุ่มเทงบประมาณเพื่อการทำวิจัยมากมายด้วย ในแง่ของความสำคัญของภาพลักษณ์นั้นขอบเขตจะมีความสำคัญในหลายแง่มุมคือ ทั้งในแง่ของต้นแหล่งของภาพลักษณ์ หรือฝ่ายที่เป็นเจ้าของส่งของที่มีภาพลักษณ์ดังกล่าวนั้น รวมทั้งฝ่ายผู้รับรู้ภาพลักษณ์ด้วย ทั้งนี้เพราะหากองค์กรใดเป็นเจ้าของสิ่งของที่มีภาพลักษณ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีได้จนเป็นผลสำเร็จแล้วก็สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีทางการค้ากับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้ หากองค์กรใดสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือได้สำเร็จแล้วก็จะเสริมต่อฐานะของกิจการได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการที่ทำธุรกิจที่ซึ่งชื่อเสียงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจด้วยดังเช่น กิจการด้านการเงินและการธนาคาร ดังนั้นความสำคัญของภาพลักษณ์จะยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นไปอีก ทั้งนี้ก็ด้วยเหตุผลต่าง ๆ กันมากมาย ดังปรากฏในสรุปความสำคัญของภาพลักษณ์ดังต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ที่ดีจะเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อผลสำเร็จทางกลยุทธ์ได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เรื่องภาพลักษณ์จะไม่ใช่หน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาดฝ่ายเดียวเช่นแต่ก่อน หากแต่จะเป็นเรื่องสำคัญทางยุทธศาสตร์ของฝ่ายบริหารระดับสูงโดยตรง การมีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมและดีพอถือได้ว่า



เป็นสิ่งตอบแทนอย่างหนึ่งในการขายผลิตภัณฑ์และบริการ เพราะภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยให้สามารถรับพนักงานที่ดีมีคุณภาพได้ อีกทั้งยังเป็นที่น่าเชื่อถือในโลกการเงินกับผู้ลงทุน อีกทั้งยังมีผลต่อความเชื่อมั่นและศรัทธาของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกอีกด้วย

ภาพลักษณ์ที่ดีจะสามารถสร้างอารมณ์ที่เป็นมูลค่าเพิ่ม (Emotional added vale) ให้กับบริษัทได้ ซึ่งจะกลายเป็นสิ่งสร้างความมั่นใจได้ว่าบริษัทได้นำหน้าคู่แข่งไปแล้วอีกหนึ่งก้าว ภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นอาวุธที่ไร้แข่งขันโดยตรงในฐานะที่เป็นทั้งความเด่นกับความน่าเชื่อถือพร้อมกัน การมีภาพลักษณ์ที่ดีช่วยให้บริษัทสามารถชักจูงใจและดึงดูดคนกลุ่มสำคัญที่ซึ่งจำเป็นและมีความหมายต่อการสร้างความสำเร็จได้โดยตรงคือ กลุ่มนักวิเคราะห์ กลุ่มผู้ลงทุน กลุ่มลูกค้า กลุ่มหุ้นส่วนและกลุ่มพนักงาน และในการทำดังกล่าวการบริหารจุดเด่น (Identity Management) จะเป็นกลไกสำคัญในการประกันให้มีภาพลักษณ์ที่ดีนั้นได้

ภาพลักษณ์จะมีประโยชน์ช่วยได้มากเมื่อ 1) ข้อมูลที่คนใช้วิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจซื้อ มีความซับซ้อนมาก หรือขัดแย้งกันและ/หรือขาดความสมบูรณ์ 2) ข้อมูลมีไม่เพียงพอหรือมีกว้างมากเกินไปจนยากแก่การนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ 3) คนไม่ค่อยสนใจใช้ดุลยพินิจในการคิดพิจารณา จนกระทั่งไม่อาจเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จริงจังได้ 4) ได้มีเงื่อนไขเฉพาะที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม จนกลายเป็นอุปสรรคขัดขวางต่อกระบวนการตัดสินใจ เช่น การมีเวลาจำกัด เป็นต้น

#### ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (Image) อาจจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ได้ 4 ประเภท

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate image) คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (management) ของบริษัท สินค้าผลิตภัณฑ์ (product) และบริการ (service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Product / Service image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

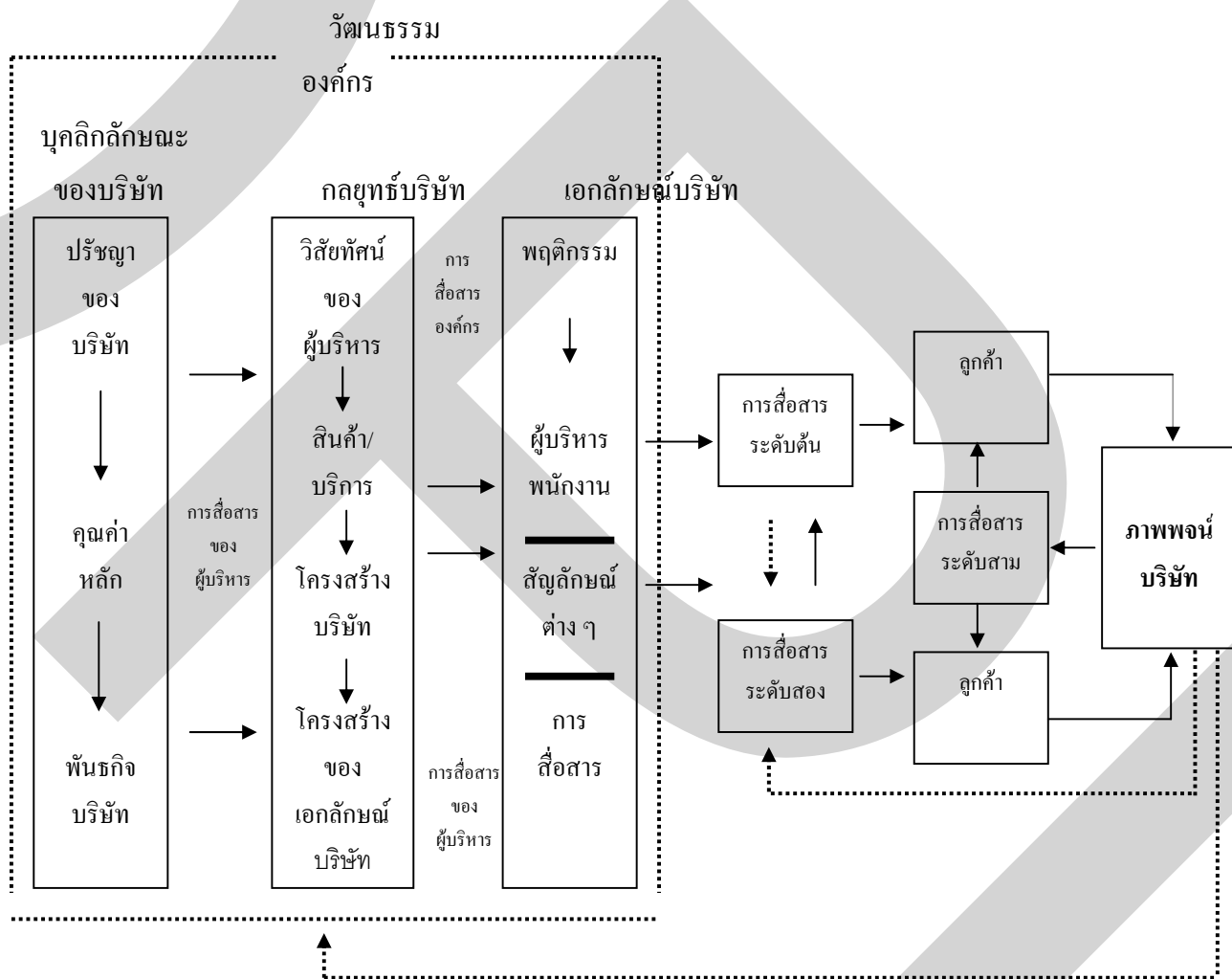
4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง

**ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)** หมายถึง การที่ผู้บริโภคและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้รับรู้ ตีความหมาย และเปรียบเทียบคุณลักษณะเกี่ยวกับองค์กรผ่านความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกประทับใจที่สามารถจดจำได้จากเอกลักษณ์องค์กร (Van Riel, 1995)

**ภาพลักษณ์องค์กร** เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายความรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ขององค์กรแห่งนั้นด้วยและหมายความรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่องค์กรจำหน่าย ฉะนั้นภาพลักษณ์องค์กรจึงมีความสำคัญยิ่งต่อธุรกิจ ดังนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 82)

1. ความเชื่อถือและยอมรับ (Acknowledgement) หมายถึง การให้ความไว้วางใจต่อองค์กรหนึ่ง ๆ ที่นำไปสู่การปฏิบัติตาม
2. ความเชื่อมั่นและศรัทธา (Confidence) หมายถึง ความชื่นชอบในองค์กรที่เกิดจากความคิด ความรู้สึกภายใน
3. ความคล่องตัวในการบริหารงาน (Fluence) หมายถึง การสร้างความคิด และการปฏิบัติให้เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้จริง

แนวทางการบริหารภาพลักษณ์บริษัท



ภาพที่ 2.2 แบบการบริหารภาพลักษณ์บริษัท

ที่มา : อภิลิทธิ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร , การบริหารภาพลักษณ์บริษัท

วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่45 ฉบับที่ 2 ,2548 ,น.134.

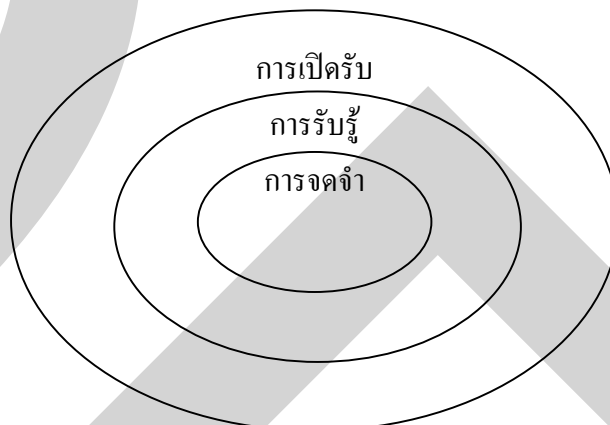
แบบการบริหารภาพลักษณ์บริษัทที่ได้เสนอในรูปแบบที่ 1 นี้ประกอบด้วยส่วนหลัก 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของบริษัท และ 2) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท ซึ่งจะหมายถึงเฉพาะลูกค้าเท่านั้น ขบวนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทเริ่มตั้งแต่บุคลิกลักษณะของบริษัท (Corporate Personality) ซึ่งประกอบด้วยปรัชญาของบริษัท ค่านิยม และพันธกิจบริษัทด้วยการสื่อสารผ่านทางผู้บริหารของบริษัทในการ

กำหนดกลยุทธ์ของบริษัท (Corporate Strategy) ที่เริ่มจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูงไปยังสินค้าหรือบริการ โครงสร้างของบริษัทและโครงสร้างของเอกลักษณ์บริษัท ซึ่งจะก่อให้เกิดเอกลักษณ์บริษัท (Corporate Identity) ที่ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมของผู้บริหารและพนักงาน 2) สัญลักษณ์ต่างๆ และ 3) การสื่อสารของบริษัทในส่วนของลูกค้าเมื่อได้รับการสื่อสารจากบริษัทแล้วจะนำข้อมูลดังกล่าวไปประมวลสร้างเป็นภาพลักษณ์ของบริษัทขึ้นในจิตใจ ซึ่งจะวัดได้โดยการวัดทัศนคติของลูกค้าต่อบริษัทนั่นเอง ดังนั้นบริษัทจะมีการบริหารภาพลักษณ์บริษัทได้โดยผ่านการบริหารส่วนผสมของเอกลักษณ์บริษัทดังนี้ (วารสารพัฒนบริหารศาสตร์)

1. พฤติกรรมผู้บริหารและพนักงาน โดยพฤติกรรมของคนทุกระดับในองค์กรที่ลูกค้าพบสัมผัส ติดต่อกับ หรือได้รับรู้ข่าวสาร มีผลต่อการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า
2. สัญลักษณ์ต่างๆ ของบริษัทจะรวมถึงสัญลักษณ์ที่มองเห็นและที่จับต้องได้อื่น ๆ เช่น สินค้าหรือบริการ คุณภาพของการบริหาร ประวัติบริษัท ชื่อ โลโก้ รูปภาพ เป็นต้น
3. การสื่อสารของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ
  - 3.1 การสื่อสารระดับพื้นฐาน (Primary Communication) หมายถึงการสื่อสารผ่านสินค้าหรือบริการ พฤติกรรมของบริษัทต่อพนักงาน พฤติกรรมทางการตลาด เป็นต้น
  - 3.2 การสื่อสารระดับที่สอง (Secondary Communication) หมายถึงการสื่อสารอย่างเป็นทางการของบริษัท เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น การส่งเสริมการขาย การออกแบบต่างๆ เป็นต้น
  - 3.3 การสื่อสารระดับที่สาม (Tertiary Communication) หมายถึงการสื่อสารที่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทเป็นการบอกต่อของลูกค้าหรือผู้อื่น อาทิ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำทางความคิด เป็นต้น ข่าวสารจากคู่แข่งหรือแหล่งข่าวอื่น ๆ

### แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960, p. 19-26) กล่าวว่า ในการเปิดรับข่าวสารใด ๆ ก็ตามผู้รับสารมักมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการเลือกสรรนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ โดยประกอบด้วย



ภาพที่ 2.3 แนวคิดเรื่องกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร

ที่มา: Klapper อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, 2540, น. 637

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา ในขั้นนี้บุคคลที่มีความแตกต่างกันจะมีปฏิกิริยาต่อสารเดียวกัน แตกต่างกัน ซึ่งผู้ส่งสารไม่อาจคาดเดาได้ว่าสารที่ส่งออกไปสู่ผู้รับนั้นจะได้ผลดังที่มุ่งหวังไว้หรือไม่ ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับข่าวสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง นักจิตวิทยาได้อธิบายกระบวนการรับรู้ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาหลายปัจจัย เช่น ประสบการณ์ที่ผ่านมา ความคาดหวังทางวัฒนธรรม ความต้องการ แรงจูงใจ อารมณ์และทัศนคติ

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรก โดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับหรือบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ผู้รับสาร

ก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างไปได้ ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้าย กล่าวคือ เลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวคือ การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี คุณภาพกำไร และภาพลักษณ์ของกิจการ ซึ่งมีงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยผลงานวิจัยดังต่อไปนี้

#### งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลกำไร และการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีมีดังนี้

พรรณนิภา รอดวรรณะ (2539) ศึกษาผลกระทบต่อการตอบสนองในตลาดของมาตรการ การเปลี่ยนแปลงการบัญชี เงินลงทุนในหุ้นทุนจากวิธีราคาทุนเป็นวิธีส่วนได้เสียเป็นการศึกษาบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วัดการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนสะสมที่เกินปกติจากการลงทุนในหลักทรัพย์กับการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชี และวิเคราะห์ความมีคุณค่าของข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและสำหรับการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบปัจจัยเดียว ผลการศึกษาพบว่า “การรายงานผลการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีโดยการปรับผลกระทบสะสมกับกำไรสุทธิมีคุณค่าของข้อมูลอย่างมีสาระสำคัญ” และ “ชนิดของอุตสาหกรรมเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุน” จากผลการศึกษาจะเห็นว่าข้อมูลกำไรสุทธิมีความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุน เนื่องจากข้อมูลกำไรเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุน แต่การศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพของข้อมูลกำไรว่ามีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด

ทิพวรรณ แซ่ล่อ (2548) ศึกษาเสถียรภาพของข้อมูลบัญชีกับความสามารถในการอธิบายผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงก่อนและหลังวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของบริษัทในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียน โดยทดสอบผลกระทบจากเสถียรภาพของข้อมูลบัญชีที่มีต่อความสามารถในการอธิบายผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นด้วยตัวแบบความถดถอยเชิงพหุ ระหว่างผลตอบแทนหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นตัวแปรตามและข้อมูลบัญชี ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ผลการวิจัยพบว่า

“ค่าอะไรที่มีเสถียรภาพต่ำมีความสามารถในการอธิบายผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่น้อยกว่าค่าอะไรที่มีเสถียรภาพสูง” และ “เมื่อค่าอะไรที่มีเสถียรภาพต่ำความสามารถของค่าอะไรทางบัญชีในการอธิบายผลตอบแทนหลักทรัพย์ ในช่วงก่อนและหลังวิกฤตมีความแตกต่างกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 %” จากผลการศึกษาวิจัยของทิวรรณ แซ่ล่อ จะเห็นได้ว่าข้อมูลค่าอะไรมีความสามารถในการอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ได้แตกต่างกันขึ้นอยู่กับเสถียรภาพของค่าอะไร นำมาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ได้

พรรณนิภา ครุวรรณพัฒน์ (2548) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างกับค่าอะไร และผลตอบแทนของหุ้นในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า “รายการคงค้างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าอะไรในอนาคต ในขณะที่รายการคงค้างไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหุ้นในอนาคต ซึ่งผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่านักลงทุนให้ความสนใจในค่าอะไรของกิจการ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น” จากผลการศึกษาของ พรรณนิภา ครุวรรณพัฒน์ จะเห็นได้ว่ารายการคงค้างมีลักษณะเชิงคุณภาพความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจคือ ช่วยคาดการณ์ค่าอะไรในอนาคตได้ ซึ่งรายการคงค้างเป็นปัจจัยหนึ่งของการวัดคุณภาพค่าอะไร นำมาใช้ในการอ้างอิงของผู้วิจัยในครั้งนี้

อรวรรณ ชลระบิล (2549) ศึกษาวิธีการนำเสนอข้อมูลในงบการเงิน และผลกระทบต่อการตัดสินใจและดุลยพินิจของผู้ใช้งบการเงินได้สรุปผลการวิจัยว่า “นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และนักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบค่าไรขาดทุน และข้อมูลที่แสดงอยู่ในงบค่าไรขาดทุนมากกว่างบการเงินอื่น เนื่องจากถือว่างบค่าไรขาดทุนเป็นงบการเงินที่แสดงผลของการดำเนินงาน และให้ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นความสามารถของบริษัทในการทำกำไร” ซึ่งจากผลการศึกษาของอรวรรณ ชลระบิล ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลค่าไรที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และนักลงทุน แต่การวิจัยดังกล่าวยังไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพของข้อมูลค่าไรว่า เมื่อนำข้อมูลค่าไรไปใช้ตัดสินใจแล้วข้อมูลค่าไรมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ มีความน่าเชื่อถือ และข้อมูลค่าไรมีความสามารถเปรียบเทียบกันได้มากนักน้อยเพียงใดผู้วิจัยเห็นว่าข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ที่น่าสนใจในการอ้างอิงเพื่อทำวิจัยในครั้งนี้

Dechow (1994) ศึกษาบริษัทในสหรัฐอเมริกาในช่วงปี ค.ศ. 1964 – 1989 เกี่ยวกับผลกระทบของการใช้เกณฑ์คงค้างต่อความสามารถในการใช้กำไรสุทธิและกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในการพยากรณ์ผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคตพบว่า “ผลกระทบจากการใช้เกณฑ์คงค้างทำให้

ข้อมูลกำไรสุทธิสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตได้ดีกว่าข้อมูลของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน” จากผลการศึกษาของ Dechow เห็นว่าข้อมูลกำไรมีประโยชน์ช่วยคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตได้ดี (มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ) แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพกำไรด้านความเชื่อถือได้ และความสามารถเปรียบเทียบกันได้ที่จะทำให้ข้อมูลกำไรมีประโยชน์เพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจนำมาอ้างอิงในการวิจัยครั้งนี้

กล่าวโดยรวมจากการศึกษาผลงานวิจัยในอดีตข้างต้นช่วยยืนยันถึงความมีคุณค่าและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลกำไรทางบัญชี ข้อมูลกำไรทางบัญชีเป็นผลผลิตจากกระบวนการบัญชีการเงิน ซึ่งในกระบวนการบัญชีการเงินต้องมีการใช้วิธีปฏิบัติทางบัญชีตามหลักการที่รับรองทั่วไปหรือมาตรฐานการบัญชี โดยมาตรฐานการบัญชีของไทยกำหนดตามหลักเกณฑ์ของมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards : IFRS) ดังนั้นผู้ทำบัญชีจะใช้มาตรฐานการบัญชีของไทยเป็นเกณฑ์ในการจัดทำ และนำเสนอรายงานทางการเงิน โดยต้องมีการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและบริบทต่าง ๆ ของกิจการ ซึ่งในอดีตมีผู้ศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีไว้ดังนี้

สุรี วงศ์ฉนิช และคณะ (2547) ศึกษาผลกระทบของมาตรฐานการบัญชีไทยในการนำไปปฏิบัติ จากการศึกษาพบว่าผลกระทบของมาตรฐานการบัญชีไทยที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย คือ “ปัญหาของความไม่สามารถนำมาตรฐานการบัญชีไทยไปใช้ปฏิบัติได้จริง ปัญหาของเนื้อหาของมาตรฐานการบัญชีไทยที่อ่านแล้วเข้าใจยาก เพราะขาดตัวอย่างและคำอธิบายที่เพียงพอในการทำความเข้าใจ เนื้อหาซับซ้อนและไม่ชัดเจน” จากการศึกษาวิจัยดังกล่าวเป็นการยืนยันว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของกิจการน่าจะแตกต่างกันตามปัญหาข้างต้น ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อข้อมูลที่แสดงในรายงานทางการเงินของแต่ละกิจการ ซึ่งรวมถึงข้อมูลกำไรและคุณภาพของข้อมูลกำไร

อรพรรณ อรรถย์ภูษิต (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำและการวิเคราะห์งบกระแสเงินสดของบริษัทจำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจัดทำงบกระแสเงินสดวิธีทางตรงหรือวิธีทางอ้อมในการคำนวณกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน คือ ปัจจัยต้นทุนการจัดทำ ปัจจัยระยะเวลาในการจัดทำและปัจจัยความยากง่ายในการจัดทำ” จากผลการศึกษาวิจัยของ อรพรรณ อรรถย์ภูษิต นี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านต้นทุน ระยะเวลา และ



ความยากง่ายในการจัดทำ (กรณีมาตรฐานการบัญชีมีทางเลือกในการปฏิบัติ) ดังนั้นการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของกิจการจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยข้างต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อข้อมูลกำไรและคุณภาพของกำไรในรายงานการเงิน ปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยสนใจในการนำมาใช้ศึกษาวิจัยผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานที่มีต่อคุณภาพกำไร

วรศักดิ์ ทูมมานนท์ (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องศึกษาประเด็นที่สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ด. สั่งให้แก้ไขงบการเงินหรือจัดให้มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษของบริษัทจดทะเบียนในช่วงปี 2546 -2548 พบว่า “ประเด็นที่สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ด. สั่งการให้บริษัทจดทะเบียนแก้ไขงบการเงินหรือจัดให้มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษเป็นเรื่องของการตั้งค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญหรือประมาณการหนี้สินไม่เพียงพอและพฤติกรรมนี้อุดมมากกว่าเรื่องอื่น ๆ” จากผลการศึกษาของวรศักดิ์ ทูมมานนท์ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเรื่องการตั้งประมาณการหนี้สงสัยจะสูญ หรือประมาณการหนี้สินของกิจการที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารที่อาจแตกต่างกัน และย่อมจะส่งผลกระทบต่อข้อมูลกำไรและคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของกิจการ

หนึ่งฤทัย นครพิน (2548) ศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการบริหารในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์ของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า “อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์รวมและสินทรัพย์ที่มีตัวตน และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับขนาดในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์เฉพาะที่เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน” “อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์รวมและสินทรัพย์ที่มีตัวตน” “การเปลี่ยนกรรมการผู้จัดการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์รวมและเงินลงทุน” และ “มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับขนาดในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์รวมและเงินลงทุน” จากผลการศึกษาของ หนึ่งฤทัย นครพิน แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเรื่องการด้อยค่าของสินทรัพย์ของกิจการที่แตกต่างกันตามปัจจัยข้างต้น แต่ยังไม่ได้ศึกษาผลกระทบที่มีต่อตัวเลขกำไรของกิจการ และคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของกิจการ

ศันสนีย์ สุริยเชิดชูสกุล (2548) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าความนิยมกับผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า “ค่าความนิยมที่รับรู้และแสดงอยู่ในงบการเงิน ณ งวดปัจจุบันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในอนาคตทั้ง 3 ปี” จากผลการศึกษาของศันสนีย์ สุริยเชิดชูสกุล แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีมีผลต่อการแสดงตัวเลขกำไรของกิจการ แต่ไม่ได้ศึกษาว่ามีผลกระทบต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงินหรือไม่ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

เกศกนก ใจกระจ่าง (2548) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนและโครงสร้างความเป็นเจ้าของของคณะกรรมการบริษัทกับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษพบว่า “การเปลี่ยนแปลงค่าตอบแทนของคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชีโดยสมัครใจ และโครงสร้างความเป็นเจ้าของแบบบุคคลภายนอกบริหารมีแนวโน้มนำการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชีโดยสมัครใจมาใช้เพื่อเพิ่มผลกำไรมากกว่ากิจการที่เจ้าของเป็นผู้บริหารเอง” จากผลการศึกษาของ เกศกนก ใจกระจ่าง แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี เรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีที่แตกต่างกันของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ย่อมส่งผลกระทบต่อแสดงตัวเลขกำไรในรายงานการเงิน แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อคุณภาพกำไร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

วรศักดิ์ ทุมมานนท์ (2549) ศึกษาผลกระทบของการนำข้อกำหนดของ IAS 39 มาถือปฏิบัติกับการประเมินการด้อยค่าของสินเชื่อของสถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อศึกษาผลการดำเนินงานปี 2549 มีการเปลี่ยนแปลงไปจากปี 2548 ในทิศทางใด ผลการศึกษพบว่า “การนำข้อกำหนดของ IAS 39 มาถือปฏิบัติกับการประเมินการด้อยค่าของสินเชื่อ ทำให้สำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญขั้นต่ำเปลี่ยนแปลงยกเว้นบริษัท เงินทุนกรุงเทพธนชาทร จำกัด” และ “การนำข้อกำหนดของ IAS 39 มาถือปฏิบัติกับการประเมินการด้อยค่าของสินเชื่อ ทำให้กำไรสุทธิโดยรวมของสถาบันการเงิน 12 แห่ง ลดลงและไม่ทำให้กำไรสุทธิโดยรวมของสถาบันการเงิน 5 แห่งเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด” จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีมีผลกระทบต่อกำไรสุทธิของกิจการ ดังนั้นการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่ต่างกัน จะส่งผลต่อตัวเลขกำไรของกิจการแตกต่างกัน แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงิน นอกจากนี้ วรศักดิ์

ทุมมานนท์ ยังศึกษาผลกระทบของการนำนโยบายการบัญชีภาษีเงินได้รอดัดบัญชีมาถือปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2538-2549 ผลการศึกษาพบว่า “บริษัทจดทะเบียนที่นำนโยบายภาษีเงินได้รอดัดบัญชีมาถือปฏิบัติส่วนใหญ่อยู่ในหมวดธุรกิจการเงิน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในรอบบัญชี 2540-2542 , 2548-2549 และลดลงในรอบบัญชี 2543-2547 โดยมีเหตุผลของการเปลี่ยนนโยบายบัญชีแตกต่างกันไป” และ “การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีทำให้บริษัทมีกำไรเพิ่มขึ้นหรือขาดทุนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่ทำให้บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างมีนัยสำคัญ” จากผลการศึกษาของ วรศักดิ์ ทุมมานนท์ จะเห็นได้ว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเรื่องภาษีเงินได้รอดัดบัญชีมีผลต่อกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิอย่างมีสาระสำคัญ แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงิน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

วรศักดิ์ ทุมมานนท์ (2549) ศึกษาผลกระทบที่มีต่อบริษัทจดทะเบียน หากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีเกี่ยวกับการบันทึกเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในงบการเงินเฉพาะกิจการจากวิธีส่วนได้เสียเป็นวิธีราคาทุน ผลการศึกษาพบว่า “หากมีการเปลี่ยนวิธีการบันทึกบัญชีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในงบการเงินเฉพาะกิจการจากวิธีส่วนได้เสียเป็นวิธีราคาทุนนับแต่งวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 ก.ย. 49 ทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทส่วนใหญ่ลดลง” และ “กำไร (ขาดทุน) สุทธิของบริษัทที่รวมอยู่ในการคำนวณดัชนี SET 100 ที่คำนวณขึ้นตามวิธีราคาทุนมีความสัมพันธ์ไปทางเดียวกันกับกำไร (ขาดทุน) สุทธิตามวิธีส่วนได้เสีย กล่าวคือ บริษัทที่มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ตามวิธีส่วนได้เสียสูงมีแนวโน้มที่จะมีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ตามวิธีราคาทุนสูง และบริษัทที่มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิตามวิธีส่วนได้เสียต่ำมีแนวโน้มที่จะมีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ตามวิธีราคาทุนต่ำไปทางเดียวกัน หากกิจการเปลี่ยนวิธีการบันทึกบัญชีเงินลงทุนในบริษัทย่อยในงบเฉพาะกิจการจากวิธีส่วนได้เสียเป็นวิธีราคาทุน” จากผลการศึกษาของ วรศักดิ์ ทุมมานนท์ ซึ่งให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี เมื่อมีการเปลี่ยนวิธีการบันทึกบัญชี ทำให้มีผลกระทบต่อกำไร (ขาดทุน) สุทธิของกิจการ แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงิน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

Offeren (1990) ศึกษาการบัญชีสำหรับการเปลี่ยนแปลงราคาในรายงานประจำปีของกิจการในประเทศอินโดนีเซีย โดยสำรวจรายงานประจำปีของกิจการ 147 แห่งซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนใน

ตลาดหลักทรัพย์ อัมเตอร์ดัม ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี ค.ศ. 1985 โดยศึกษาผลกระทบจากวิธีการวัดมูลค่าที่มีผลต่ออัตราส่วนการลงทุนพบว่า “วิธีการวัดมูลค่า (วิธีราคาทุนเดิม และวิธีราคาทุนปัจจุบัน) มีอิทธิพลต่อการแสดงรายการในรายงานทางการเงินในระดับสูง และเสนอแนะว่าผลการศึกษานี้ใช้อ้างอิง เพื่อสนับสนุนการใช้ราคาทุนเดิม และราคาทุนปัจจุบันในการนำเสนองบการเงินต่อสาธารณชน” จากผลการศึกษาของ Offeren ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเกี่ยวกับการใช้วิธีการวัดมูลค่ารายการมีผลกระทบต่อผลการแสดงรายการในรายงานการเงิน รวมถึงการแสดงตัวเลขกำไรในงบกำไรขาดทุน แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงิน การเงินผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

Peetathawatchai et al (2004) ศึกษาการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเรื่อง การค้อยค่าของสินทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า “นักบัญชีและผู้สอบบัญชีมีความเข้าใจในมาตรฐานการบัญชีระดับปานกลาง ปัญหาในการนำมาใช้คือ การกำหนดมูลค่าของกระแสเงินสดในอนาคตหรืออัตราคัดลด” จากผลการศึกษาของ Peetathawatchai และคนอื่นๆ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีต้องให้ความสนใจในหลักการ ข้อกำหนดต่าง ๆ ในมาตรฐานบัญชี ซึ่งอาจแตกต่างกันตามระดับความเข้าใจของผู้จัดทำบัญชี ซึ่งการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อตัวเลขกำไรในรายงานทางการเงินของแต่ละกิจการ แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงินผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

Duangploy and Gray (2007) ศึกษาการนำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาบังคับใช้โดยกำหนดให้กิจการในประเทศญี่ปุ่นนำมาประยุกต์ใช้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า “การนำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาบังคับใช้ในประเทศญี่ปุ่น ทำให้การคาดการณ์กำไรของนักวิเคราะห์และฝ่ายบริหารมีความถูกต้องลดลง เนื่องจากการนำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาใช้ในประเทศญี่ปุ่นช่วยเพิ่มระดับของความโปร่งใส และการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงิน ทำให้ยากที่ฝ่ายบริหารจะจัดการตัวเลขกำไรเพื่อให้เป็นไปตามการคาดการณ์กำไรของบริษัท” จากผลการศึกษาของ Duangploy and Gray ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศช่วยเพิ่มความโปร่งใสของรายงานทางการเงิน แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว

### งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพกำไรมีดังนี้

บุษบา ว่องพรรณงาม (2543) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับขนาดของธนาคารพาณิชย์ไทย โดยวิเคราะห์แนวโน้มคุณภาพกำไรในแต่ละด้าน 5 ด้านประกอบด้วย ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราการเติบโตของกำไรต่อหุ้นถัวเฉลี่ย อัตราการเติบโตเงินปันผลจ่าย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราการเติบโต ผลการศึกษาพบว่า “ขนาดของธนาคารไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไรในภาพรวม แต่มีความสัมพันธ์กับอัตราการเติบโตของเงินปันผลจ่าย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราการเติบโตของกำไรต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ” จากผลการศึกษาของบุษบา ว่องพรรณงาม จึงชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านขนาดของธนาคารไม่มีผลต่อคุณภาพกำไรและการศึกษาคุณภาพกำไรสำหรับเรื่องนี้เป็นการศึกษาคุณภาพกำไรในมุมมองเชิงปริมาณจากตัวเลขที่แสดงในงบการเงิน แต่ไม่ได้ศึกษาคุณภาพกำไรในมุมมองเชิงคุณภาพของข้อมูลในรายงานการเงิน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไรในมุมมองข้อมูลเชิงคุณภาพ

ยศนันท์ ทระนั้นทสิน (2543) ศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพกำไรของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์กรณีศึกษาธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โดยวิเคราะห์คุณภาพกำไรโดยการใช้อัตราส่วนการประเมินคุณภาพกำไรจากงบกระแสเงินสดพบว่า “บริษัทในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่มีกำไรที่มีคุณภาพคือ กำไรที่มีความเป็นไปได้สูงที่สามารถจัดสรรเป็นเงินสด” จากการศึกษาของยศนันท์ ทระนั้นทสิน ได้สรุปว่าบริษัทในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่มีกำไรที่มีคุณภาพ จุดอ่อนในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ ไม่ได้ศึกษาทุกกลุ่มอุตสาหกรรม และมองคุณภาพกำไรในมุมมองของการจัดสรรเป็นเงินสด ซึ่งเป็นการศึกษาคุณภาพกำไรในมุมมองเชิงปริมาณ คุณภาพกำไรของบริษัทอาจมีปัจจัยมาจากประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม จึงควรศึกษาคุณภาพกำไรทุกกลุ่มอุตสาหกรรม และควรศึกษาคุณภาพกำไรในมุมมองข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไรในมุมมองข้อมูลเชิงคุณภาพของทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

ยุพาพร ไชยศรีเฉลิมพล (2548) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไร รายการคงค้างและกระแสเงินสด เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ปีบัญชี 2545 – 2547 โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับรายการคงค้าง และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับความสามารถในการก่อให้เกิดกระแสเงินสด ผลการศึกษาพบว่า “คุณภาพ

กำไรมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับรายการคงค้างเงินทุนหมุนเวียน อันเป็นผลมาจากความแตกต่างของกำไรตามหลักเกณฑ์คงค้างและกำไรตามเกณฑ์เงินสด” และ “คุณภาพกำไรตามวิธีการคงค้างรวมยังเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน เนื่องจากตรวจสอบแล้วพบว่ามีอำนาจในการพยากรณ์กระแสเงินสดได้มากที่สุด” และได้สรุปว่า “ผลการวิจัยนี้สนับสนุนประเด็นที่ว่าตัวเลขกำไรไม่ใช่จำนวนเงินสดที่ผู้ลงทุนคาดว่าจะได้รับ กำไรเป็นผลมาจากการเลือกใช้หลักการบัญชีของธุรกิจนั้น ๆ และการเลือกนโยบายการบัญชีสามารถทำให้เกิดผลกระทบต่อการแสดงตัวเลขกำไรได้” จากผลการศึกษาและข้อเสนอแนะของยูพาพร ไชยศรีเฉลิมพล แสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้หลักการบัญชีของธุรกิจ การเลือกนโยบายการบัญชี และปัจจัยรายการคงค้างเงินทุนหมุนเวียนมีผลกระทบต่อคุณภาพกำไร ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

พรสิริ ปุณเกษม และเพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2548) ศึกษาคุณลักษณะของกรรมการและกรรมการตรวจสอบที่มีผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของบริษัทในอุตสาหกรรม 6 หมวด คุณภาพกำไรวัดจากกระบวนการจัดทำรายงานการเงินตามเกณฑ์คงค้าง ยิ่งกิจการมีการตั้งพักรายได้หรือค่าใช้จ่ายมาก กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของกิจการจะเบี่ยงเบนจากกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานมากแสดงถึงคุณภาพกำไรที่ลดลง ผลจากการศึกษาพบว่า “กิจการที่มีคุณลักษณะความเป็นอิสระของคณะกรรมการและกรรมการตรวจสอบต่ำจะรายงานงบการเงินที่แสดงคุณภาพกำไรน้อยกว่ากิจการที่มีคุณลักษณะความเป็นอิสระสูงอย่างมีนัยสำคัญ” จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความเป็นอิสระของคณะกรรมการและกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไรในมุมมองของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย

อมรา ศิริวัฒน์(2549) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินตามทัศนะของนักวิเคราะห์การลงทุนไทย เพื่อศึกษามิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือของรายงานการเงิน ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานการเงิน และความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของความน่าเชื่อถือกับปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินตามทัศนะของนักวิเคราะห์การลงทุนไทย ผลการศึกษาพบว่า “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินประกอบด้วย 11 คุณลักษณะ มีคุณลักษณะตามมาตรฐานการบัญชี 6 ลักษณะได้แก่ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความครบถ้วนสมบูรณ์ ความเป็นกลาง ความสุขุมรอบคอบ ความสามารถในการตรวจสอบได้ และความมีเนื้อหาสาระสำคัญ

กว่ารูปแบบ” และ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินตามทัศนะของนักวิเคราะห์การลงทุนไทยจัดเรียงตามน้ำหนักความสำคัญดังนี้ 1) ความโปร่งใสและความเชื่อถือไว้ใจได้ 2) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม 3) ความซื่อตรง ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับ 4) ความสามารถในการตรวจสอบได้ 5) ความครบถ้วน 6) ความสม่ำเสมอ” จากผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินตามทัศนะของนักวิเคราะห์การลงทุนไทยสอดคล้องกับลักษณะเชิงคุณภาพของรายงานทางการเงินตามแนวคิดในแม่บทการบัญชีคือ รายงานการเงินที่มีลักษณะเชิงคุณภาพของความเชื่อถือได้ต้องมีลักษณะรอง 5 ข้อคือ 1) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม 2) ความเป็นกลาง 3) ความระมัดระวัง 4) เนื้อหาสำคัญกว่ารูปแบบ 5) ความครบถ้วน ซึ่งจากการศึกษาข้างต้นยังไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยใดที่จะส่งผลกระทบต่อคุณลักษณะของความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินตามทัศนะของผู้จัดทำบัญชี ซึ่งถือเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการจัดทำรายงานการเงิน ซึ่งความน่าเชื่อถือเป็นลักษณะเชิงคุณภาพข้อหนึ่งของคุณภาพกำไร ที่ผู้วิจัยให้ความสนใจที่นำมาศึกษาต่อ

Ball et al. (2000) ศึกษาการนำมาตราฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาใช้ในประเทศไทย และประเทศในเอเชียตะวันออก สรุปการศึกษาว่า “การบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองนักลงทุน ทำให้แรงจูงใจที่จะทำให้กำไรขาดทุนมีความโปร่งใสนั้นน้อยกว่าประเทศที่มีการพัฒนาของตลาดทุนอย่างสมบูรณ์แล้ว ประเทศที่มีการพัฒนาแล้วจะมีปัจจัยพื้นฐานคือ ระบบเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมายที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความน่าเชื่อถือในงบการเงินมากกว่าประเทศที่การบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองนักลงทุนยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ” จากข้อสรุปนี้ถือว่าปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้กำไรขาดทุนมีความโปร่งใส คือปัจจัยระบบเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมายของประเทศที่มีการพัฒนาตลาดทุนแล้วอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

Schipper and Vincent (2003) ศึกษาเรื่องคุณภาพกำไรตามกรอบแนวคิดทางบัญชี (Conceptual Framework) โดยให้คำจำกัดความของกำไรตามความหมายของ Hicks (1939) คือกำไรหมายถึง “ผลกำไรที่กิจการสามารถนำไปใช้ได้ในช่วงงวด โดยทำให้กิจการสามารถรักษาระดับความมั่งคั่ง ณ วันปลายงวด เท่ากับฐานะเมื่อต้นงวด” และให้ความหมายของคุณภาพกำไรคือ “ระดับความสามารถของกำไรที่ได้จากรายงานการเงินที่สะท้อนความเป็นจริงของกำไรทางเศรษฐศาสตร์” “โดยผู้บริหารต้องเลือกใช้นโยบายการบัญชีที่กำหนดในมาตรฐานการบัญชี เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือแสดงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินอย่างเป็นทางการเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม สะท้อนเนื้อหาเชิง

เศรษฐกิจมากกว่ารูปแบบทางกฎหมาย มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน และมีความสามารถเปรียบเทียบกันได้” จากผลการศึกษาของ Katherine Schipper และ Linda Vincent ได้สรุปว่า “คุณภาพกำไรคือ ข้อมูลกำไรที่มีลักษณะเชิงคุณภาพ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ และความเชื่อถือได้ โดยที่ความเชื่อถือได้ประกอบด้วย ข้อมูลกำไรต้องเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมสะท้อนเนื้อหาเชิงเศรษฐกิจของกิจการมากกว่ารูปแบบตามกฎหมาย” ซึ่งผลจากการศึกษานี้สรุปความหมายของคุณภาพกำไรสอดคล้องกับลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินตามแม่บทการบัญชี(Accounting Framework) ที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ กล่าวคือ ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลในงบการเงินต้องมีลักษณะ ความเข้าใจได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเชื่อถือได้ และความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

Francis et al (2004) ศึกษาเรื่องต้นทุนของส่วนทุนและคุณภาพกำไรได้ทำการศึกษาโมเดลคุณภาพกำไรที่อาศัยข้อมูลทางบัญชีและข้อมูลทางการตลาดในการคำนวณและได้จัดประเภทตัวชี้วัดคุณภาพกำไรไว้ดังนี้

1) คุณภาพของเกณฑ์คงค้าง (Accrual Quality) เป็น โมเดลคุณภาพกำไรที่อาศัยข้อมูลทางบัญชีในการคำนวณ โดยแยกองค์ประกอบของตัวเลขกำไรสุทธิทางบัญชีเป็น 2 ส่วนคือ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวมกับรายการปรับยอดตามเกณฑ์คงค้าง

2) ความสามารถประมาณค่ากำไรของปีปัจจุบัน (Earning Persistence) เป็น โมเดลคุณภาพกำไรภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่ากำไรของปีก่อนย้อนหลัง 1 ปี ถือเป็นตัวแปรที่ดีที่สุดในการประมาณค่ากำไรของปีปัจจุบัน

3) ความสามารถพยากรณ์กำไรในอนาคต (Earnings Predictability) เป็น โมเดลคุณภาพกำไรภายใต้ข้อสมมติที่ว่าคุณภาพกำไรหมายถึงความสามารถของกำไรปีปัจจุบันในการพยากรณ์กำไรในอนาคต หากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่คำนวณได้มีค่าต่ำ แสดงว่ากิจการรายงานตัวเลขกำไรที่มีคุณภาพสูง เพราะมีความผันผวนของ Residuals ค่อนข้างต่ำ



4) ตัวเลขกำไรที่สม่ำเสมอ (Earnings Smoothness) เป็นโมเดลคุณภาพกำไรที่พิจารณาจากสัดส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานเมื่อเทียบกับค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกำไรสุทธิ ซึ่งสัดส่วนนี้ช่วยสะท้อนการที่ผู้บริหารกิจการเลือกใช้วิธีการตามเกณฑ์คงค้าง เพื่อให้ตัวเลขกำไรเป็นไปตามที่ต้องการ

5) หลักความระมัดระวัง (Conservatism) เป็นโมเดลคุณภาพกำไรที่พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ของการตอบสนองของกิจการระหว่างการรับรู้ข่าวดี และข่าวร้ายที่ใช้ข้อสมมติฐานว่าหากกิจการรับรู้ข่าวร้ายเร็วกว่าข่าวดีแสดงว่ากิจการยึดหลักความระมัดระวัง ส่งผลให้คุณภาพกำไรสูงขึ้น

6) ความไวในการตอบสนองต่อข้อมูลกำไร (Timeliness) เป็นโมเดลคุณภาพกำไรที่พิจารณาจากความไวในการตอบสนองต่อข้อมูลกำไรระหว่างกิจการที่มีข่าวดีและกิจการที่มีข่าวร้าย

7) ความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น (Value Relevance) เป็นโมเดลคุณภาพกำไรโดยพิจารณาจากความสามารถของตัวแปรทางบัญชีในการอธิบายความผันผวนของตัวแปรตามคือ ราคาตลาดของหุ้นสามัญ

งานวิจัยของ Francis et al ได้สรุปถึงโมเดลคุณภาพกำไรที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนเงินทุนของกิจการ (Cost of Equity) โดยจัดลำดับความสำคัญ 4 ลำดับคือ 1) คุณภาพของเกณฑ์คงค้าง (Accruals Quality) 2) ความสามารถประมาณค่ากำไร (Earnings Persistence) 3) ตัวเลขกำไรที่สม่ำเสมอ (Earnings Smoothness) และ 4) ความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น (Value Relevance) จากผลการศึกษาของ Francis et al ซึ่งให้เห็นถึงปัจจัยที่ใช้วัดคุณภาพกำไร โดยอาศัยข้อมูลทางบัญชี และข้อมูลทางการตลาด แต่ไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อข้อมูลทางบัญชี และข้อมูลทางการตลาด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรด้วย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจนำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาวิจัยต่อ

Leuz et. al. (2003) ศึกษาการจัดการกำไรและการปกป้องผู้ลงทุนโดยศึกษาการจัดการตัวเลขกำไรจากรายงานทางการเงินของกิจการใน 32 ประเทศ โดยมีข้อสมมติฐานว่าการจัดการกำไรจะลดลงถ้ามีระบบการปกป้องนักลงทุน โดยศึกษาข้อมูลการเงินจากรายงานประจำปีของบริษัทจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ตั้งแต่ปี 1990 – 1999 โดยไม่ศึกษาทางการเงินของสถาบันการเงิน ตัวแปรทางบัญชีที่ใช้ศึกษา

ประกอบด้วย รายการสินทรัพย์รวม รายได้ทั้งหมด กำไร(ขาดทุน) สุทธิ และกำไรจากการดำเนินงาน โดยจะศึกษาข้อมูลกิจการจากงบกำไรขาดทุน และงบดุลอย่างน้อยที่สุด 3 ปี และวัดระดับการจัดการกำไรของกิจการ (ไม่ศึกษากิจการในประเทศที่มีอัตราเงินเฟ้อสูง) ผลจากการศึกษาสรุปว่า “คุณภาพกำไรมีความสัมพันธ์กับการมีการปกป้องนักลงทุน (Investor Protection) ของแต่ละประเทศกล่าวคือ ประเทศที่มีระบบการปกป้องนักลงทุนสูงส่งผลให้คุณภาพกำไรสูงตามด้วย” จากผลการศึกษาของ Leuz et. al ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านระบบการปกป้องนักลงทุนมีผลกระทบต่อคุณภาพกำไรในมุมมองข้อมูลเชิงปริมาณ แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบต่อคุณภาพกำไรในมุมมองข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไรในมุมมองของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย

จากงานวิจัยเกี่ยวกับกำไรและการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีข้างต้น ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาความมีคุณค่าของข้อมูลกำไร และการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นความเข้าใจในมาตรฐานการบัญชี ต้นทุนในการจัดทำข้อมูล และอื่น ๆ การศึกษาผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่ส่งผลต่อกำไร (ขาดทุน) สุทธิ และรายงานทางการเงิน และปัญหาของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนได้ว่า การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของกิจการน่าจะมีความแตกต่างกันตามเหตุปัจจัยข้างต้น และการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างย่อมกันส่งผลกระทบต่อข้อมูลกำไรและคุณภาพกำไร ของกิจการ และจากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับคุณภาพกำไร ซึ่งส่วนใหญ่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร และปัจจัยที่ใช้วัดคุณภาพกำไร ซึ่งคุณภาพกำไรที่ศึกษาในอดีตส่วนใหญ่เป็นการศึกษาคุณภาพกำไรในมุมมองของข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีงานวิจัยบางเรื่องที่ศึกษาคุณภาพกำไรในมุมมองของข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น งานวิจัยของ อมรา ติรศรีวัฒน์ Ballet al Schipper and Vincent และ Francis et al แต่ยังไม่มียงานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้าน การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีผลกระทบต่อคุณภาพกำไรในมุมมองของข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกิจการมีดังนี้

อำนาจ สุขสุเดช (2534) ศึกษาเรื่อง การสร้างภาพพจน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการสร้าง และรักษาภาพพจน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือ บริษัทจดทะเบียนหรือบริษัทอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์ฯ จำนวน 265 บริษัท นับถึง ณ วันที่ 6 ธันวาคม 2534 ปรากฏผลการวิจัยด้านการสร้างภาพพจน์และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ “บริษัทส่วนมากประสงค์ให้ภาพพจน์ของบริษัทเป็นองค์กรที่มั่นคง และยืนยันว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยอย่างมากในการส่งเสริมภาพพจน์ดังกล่าว” จากผลการศึกษาของอำนาจ สุขสุเดช นี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อภาพพจน์ และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องการภาพพจน์เป็นองค์กรที่มั่นคง ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สำคัญ จึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยดังกล่าว ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เอี่ยมพร ลือกิตติศัพท์ (2536) ศึกษาการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ของธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ เฉพาะกรณีเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจข้อมูลตามความเป็นจริง เกี่ยวกับการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ด้วยการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นความรู้ ความเข้าใจจากนักประชาสัมพันธ์ 10 คน ของเครือเจริญโภคภัณฑ์จากผู้บริหารระดับสูงของเครือเจริญโภคภัณฑ์ 4 คน โดยศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ อีกส่วนหนึ่งคือกลุ่มลูกค้าของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ใช้การสัมภาษณ์แบบอภิปรายกลุ่ม และประชาชนทั่วไปในกรุงเทพฯ และปริมณฑลตอบแบบสอบถามโดยวิเคราะห์ข้อมูลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษามีดังนี้

1) เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เน้นถึงความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจพร้อม ๆ กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ ปรากฏว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์ประสบความสำเร็จเฉพาะแต่เพียงที่เน้นถึงความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจ แต่การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ประชาชนยังคงเห็นว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์ ยังให้ความช่วยเหลือสังคมไม่เพียงพอ

2) ลูกค้าของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึก และมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่มีต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ในด้านลบ ส่วนหนึ่งเกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกและความคิดเห็นในด้านลบอยู่บ้าง

3) ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการมองภาพพจน์ที่มีต่อเครือข่ายธุรกิจคือ ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์น้อย จะมีภาพพจน์ต่อเครือข่ายธุรกิจไปในทางที่ไม่ดี

จากผลการศึกษาของเอี่ยมพร ลือกิตติศัพท์ ซึ่งให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อภาพพจน์ของกิจการคือการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของกิจการ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมัยศึก ถนัดสอน (2541) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน ในความคิดเห็นของลูกค้าธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ รวมทั้งเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ 2) การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย และธนาคารไทยทุน 3) ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ ในสายตาของลูกค้าแต่ละธนาคารไม่มีความแตกต่างกัน จากผลการศึกษาซึ่งให้เห็นว่าปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของกิจการ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มธุรดา มากสมบูรณ์ (2544) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด เฉพาะลูกค้าผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์โดยรวมและภาพลักษณ์การบริการหลังการขาย ในสายตาของลูกค้าผู้เอาประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าผู้ประกอบการเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด และศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด ของลูกค้าผู้ประกอบการประกันภัยรถยนต์กับภาพลักษณ์โดยรวม และภาพลักษณ์การบริการหลังการขาย เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้บริหาร และนักประชาสัมพันธ์ของบริษัทในการวางแผนพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท การดำเนินการวิจัย ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามกำหนดประชากรจากจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจทั้งหมดของปี 2542 (มกราคม - ธันวาคม 2542) ในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 158,523 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าผู้ประกอบการภาคสมัครใจประเภท 1 จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาของมธุรดา มากสมบูรณ์ พบว่า “กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัทในระดับดี และภาพลักษณ์การบริการหลังการขายในระดับปานกลาง” และ “ภาพลักษณ์โดยรวม และภาพลักษณ์การบริการหลังการขายของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด ในสายตาของลูกค้าผู้ประกอบการภาคสมัครใจมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์และความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของลูกค้าผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด เพียงบางด้านเท่านั้น” จากผลการศึกษาของมธุรดา มากสมบูรณ์ ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์และความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ศัลยา อักษรมัต (2544) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในทัศนะของนิสิต-นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในทัศนะของนิสิต-นักศึกษา ตลอดจนเพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจากสื่อทั่วไป และศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการของกลุ่มนิสิตและนักศึกษา ผลการศึกษาพบว่า “กลุ่มเป้าหมายที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์และสังคมที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการ

ส่งเสริมการลงทุนจากสื่อทั่วไปไม่แตกต่างกัน” “กลุ่มเป้าหมายที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแตกต่างกัน” “กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแตกต่างกัน และเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ และภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนไม่แตกต่างกัน แต่ทางด้านภาพลักษณ์ด้านการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแตกต่างกัน และเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ด้านการบริการของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแตกต่างกัน”

จากผลการศึกษาของศัลยา อักษรมัต ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปาริชาติ อินทร์ประดับ (2546) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาในทัศนะของชาวกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของพรรคชาติพัฒนาในสายตาของประชาชนที่มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในกรุงเทพมหานคร ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพรรคชาติพัฒนาที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของพรรคชาติพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า “การเปิดรับข่าวสารของชาวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกันจะมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่แตกต่างกัน” จากผลการศึกษาซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อุบลรัตน์ คำแวง (2546) ศึกษาเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทย ตามความเห็นของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สายเศรษฐกิจการเงินการธนาคาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของ

ธนาคารพาณิชย์ไทย และเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยที่คนไทยถือหุ้นใหญ่กับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติตามความเห็นของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สายเศรษฐกิจการเงินการธนาคาร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของผู้สื่อข่าวกับประชาสัมพันธ์ต่อการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ไทย ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิจัยประเภทการวิจัยเชิงสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเชิงสำรวจ

ผลการศึกษาของอุบลรัตน์ คำแพง พบว่า “ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สายเศรษฐกิจการเงินการธนาคารส่วนใหญ่มีความเห็นในทิศทางเดียวกัน โดยมองภาพลักษณ์โดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบด้วยภาพลักษณ์ด้านความมั่นคง ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยี และภาพลักษณ์ด้านงานประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารพบว่า ผู้สื่อข่าวมีความเห็นต่อผู้บริหารของธนาคารพาณิชย์ไทยที่คนไทยถือหุ้นใหญ่ดีกว่าธนาคารพาณิชย์ไทยที่ร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ เพราะภาษาเป็นอุปสรรคในการติดต่อสื่อสาร จึงทำให้ผู้สื่อข่าวไม่สามารถเข้าถึงผู้บริหารที่เป็นชาวต่างประเทศได้” “ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อข่าวกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และระหว่างผู้บริหารของธนาคาร มีผลต่อการตัดสินใจของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สายเศรษฐกิจการเงินการธนาคารในการเลือกนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อตีพิมพ์ลงเผยแพร่แก่สาธารณชน” และ “พบว่าความคิดเห็นของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สายเศรษฐกิจการเงินการธนาคารที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทย มีผลต่อการนำเสนอข่าวสู่สายตาประชาชน โดยถ้าผู้สื่อข่าวมองภาพลักษณ์ของธนาคารอยู่ในเกณฑ์ดีข่าวที่นำเสนอออกสู่สายตาประชาชนจะเป็นเชิงบวก ขณะเดียวกันถ้าผู้สื่อข่าวมองภาพลักษณ์ของธนาคารอยู่ในเกณฑ์ไม่ดี ข่าวที่นำเสนอออกสู่สายตาประชาชนจะเป็นเชิงลบ” จากผลการศึกษาของอุบลรัตน์ คำแพง ซึ่งให้เห็นว่าภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการติดต่อสื่อสาร และความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์มีผลต่อการนำเสนอข่าวสู่สายตาประชาชน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทัศนีย์ แจสุรภาพ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน ศึกษาเฉพาะสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จากการรับรู้ของผู้โดยสารที่ไม่ใช่ชาวญี่ปุ่น เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้โดยสาร ปัจจัยด้านประสบการณ์การเดินทางโดยเครื่องบิน

ตลอดจนปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนลว่าปัจจัยข้างต้นมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนล หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อทราบถึงภาพลักษณ์ปัจจุบันของสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ รวมทั้งเพื่อทราบถึงประสิทธิภาพของสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ของสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาของทัศนีย์ แจสุรภาพ พบว่า “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อและกิจกรรมทุกประเภทน้อยมาก แต่เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแต่ละสื่อแล้วพบว่า สื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ สื่อบุคคล รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ” “ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์สายการบินเจแปน แอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนล แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านเพศที่ไม่มีผลต่อการรับรู้” “ปัจจัยด้านประสบการณ์การเดินทางโดยเครื่องบิน คือ ความถี่ของการใช้บริการสายการบินทั่วไปเพียงอย่างเดียวที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสายการบินเจแปน แอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนล” ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ “ยังเดินทางโดยใช้บริการสายการบินบ่อยครั้งเท่าไรยิ่งมีการรับรู้เชิงบวกต่อสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนล มากขึ้นเท่านั้น” จากผลการศึกษาของทัศนีย์ แจสุรภาพ จึงให้เห็นว่า การใช้บริการสายการบินบ่อยๆ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของกิจการ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กัญญารัตน์ หงส์วรรณท์ (2550) ศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรกับภาพลักษณ์ในใจผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลค่ายญี่ปุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงนโยบายการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กร แนวทางการสื่อสารเพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ที่องค์กรกำหนด ความสัมพันธ์ของลักษณะผู้บริโภคกับภาพลักษณ์จริงที่เกิดขึ้นในใจ และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรกับภาพลักษณ์จริงที่เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค ใช้การวิจัยเชิงสหวิทยาการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน คือ การวิจัยเชิงสัมภาษณ์เจาะลึก และการวิจัยเชิงสำรวจ



ผลการศึกษากฎญัตินี้ หงส์วรรณท์ พบว่า “นโยบายการสื่อสารภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบริษัทยนต์ค่ายญี่ปุ่น บริษัทยนต์ทุกแห่งจะใช้ภาพลักษณ์ตามนโยบายที่ถูกกำหนดแนวคิดหลักมาจากบริษัทแม่ (Global Policy) โดยบริษัทตัวแทนที่อยู่ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จะต้องนำภาพลักษณ์ที่กำหนดจากบริษัทแม่ทั้งด้านรูปแบบ สัญลักษณ์ สี ฯลฯ ไปใช้เหมือนกันหมด ทุกบริษัทให้ความสำคัญกับเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์อย่างมาก มีการใช้เครื่องมือทุกรูปแบบ อาทิ งานโฆษณา งานประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการขาย กิจกรรมเพื่อสังคม และกิจกรรมสัมพันธ์กับลูกค้า” และ “สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบริษัทยนต์ หรือภาพลักษณ์จริงในใจผู้บริโภค ประเด็นสำคัญที่ให้ความสำคัญ คือ เรื่องประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ รองมาคือภาพลักษณ์ของแต่ละบุคคลที่เกิดขึ้นจากการได้เป็นเจ้าของรถยนต์ยี่ห้อที่ตนได้ซื้ออยู่ ต่อสาธารณชนสำหรับเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์มีหลายประการ แต่มีอยู่เหตุผลหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความเห็นตรงกันในทุกกลุ่มตัวอย่างทุกยี่ห้อ คือ เหตุผลที่ว่า การเป็นที่ยอมรับต่อสังคม หรือความภาคภูมิใจเมื่อได้เป็นเจ้าของรถยนต์ยี่ห้อที่ตนได้ซื้ออยู่ ซึ่งแนวโน้มพบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อเดิมที่เคยใช้ถึงร้อยละ 53.50 การเลือกซื้อรถยนต์ยี่ห้อเดิมที่เคยใช้ แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์จริงในใจผู้บริโภคที่เกิดขึ้น มีความใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของแต่ละบริษัทที่นำเสนอ” จากผลการศึกษากฎญัตินี้ หงส์วรรณท์ จึงให้เห็นว่า การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทที่ใช้เครื่องมือการสื่อสารทุกรูปแบบ และภาพลักษณ์จริงในใจผู้บริโภคมีความใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ที่บริษัทนำเสนอ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ เบ็ญจวรรณ ชาติจอหอ และ จิระทัศน์ ชิตทรงสวัสดิ์ (2550) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความเชื่อมั่นต่องบการเงินและภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความเชื่อมั่นต่องบการเงินและภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียน จำนวน 462 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและได้รับตอบกลับ จำนวน 112 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 24.24

ผลการวิจัยของ ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ เบ็ญจวรรณ ชาดิจอหอ และ จิระทัศน์ ชิตทรงสวัสดิ์ พบว่า “ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ การมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความเชื่อมั่นต่องบการเงินและภาพลักษณ์องค์กร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และด้านการเปิดเผยข้อมูล และความโปร่งใสมีความสัมพันธ์ และผลกระทบกับภาพลักษณ์องค์กร โดยรวม ด้านความเชื่อถือและยอมรับ และด้านความเลื่อมใสและศรัทธา” และสรุปผลการวิจัย การกำกับดูแลกิจการที่ดีและความเชื่อมั่นต่องบการเงินมีความสัมพันธ์ และผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการศึกษาของปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ ซึ่งให้เห็นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความเชื่อมั่นต่องบการเงินมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท และผู้วิจัยได้นำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาวิจัยต่อในครั้งนี

รวีวรรณ เลียดทอง (2550) ศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติต่อประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา การเปิดรับข่าวสาร และอาชีพมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน

ผลการวิจัยของ รวีวรรณ เลียดทอง พบว่า “กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จากเว็บไซต์ของ สศช.มากที่สุด” “ตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไม่แตกต่างกัน” และ “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของชาวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” จากผลการศึกษาของรวีวรรณ เลียดทอง ซึ่งให้เห็นว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัย

ด้านการเปิดรับข่าวสารในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว (2551) ศึกษาภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์โดยรวมและภาพลักษณ์ตราสินค้าของสายการบินต้นทุนต่ำ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ของสายการบิน ต้นทุนต่ำ 3) เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำในสายตาของผู้เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า “ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้และไม่เคยใช้บริการ ซึ่งได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อสายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารของผู้เคยใช้และไม่เคยใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำในสายตาของผู้ใช้และไม่เคยใช้บริการมีความแตกต่างกัน” จากผลการศึกษาของเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว ซึ่งให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของสายการบิน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เบญจวรรณ ชื้อสศย์ (2552) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้าฮอนด้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้าฮอนด้า และการรับรู้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้าฮอนด้าในมุมมองของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้บริหารและผู้ที่ได้รับผิดชอบในเรื่องการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้าฮอนด้าจำนวน 3 คน ประกอบกับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้ขับขี่รถยนต์จำนวนทั้งสิ้น 222 คน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า “ฮอนด้าได้มีการดำเนินธุรกิจขององค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในด้านการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ และการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สังคมและคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ดี” ส่วนผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า “กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้าฮอนด้ามีความ

เชื่อมโยงในเชิงบวกกับกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านั้น และกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้าสินค้า และสามารถอยู่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ได้ ทั้งยังมีส่วนช่วยสร้างให้เกิดชื่อเสียงขององค์กรอันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพขององค์กรในการต่อรองและดึงดูดใจผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งยังเพิ่มโอกาสในการนำเสนอขายสินค้าในระดับราคาสูง และยังมีส่วนช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขององค์กร เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน แล้วยังช่วยลดความเสี่ยงในการสูญเสียชื่อเสียงขององค์กรด้วย” จากผลการศึกษาของเบญจวรรณ ชื้อสตัยชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของกิจการ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Chattananon et al (2007) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างภาพพจน์ขององค์กรผ่านการตลาดทางสังคม เพื่อศึกษาการสร้างและทดสอบผลกระทบการตลาดทางสังคมต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อภาพพจน์องค์กร การสำรวจขั้นพื้นฐานได้พัฒนามาจากงานวิจัยที่มีอยู่ และการสำรวจงานวิจัยประกอบด้วยการสัมภาษณ์แนวคิดโดยมีกลุ่มวิจัย 4 กลุ่ม รูปแบบของงานวิจัยทดสอบข้อมูลที่รวบรวมจากการถามทางไปรษณีย์ มีผู้ตอบรับ 1,153 คน โดยใช้รูปแบบโครงสร้างสมการ ผลที่ได้สรุปว่า “การตลาดด้านสังคมและการติดต่อสื่อสารขององค์กรสามารถสร้างทัศนคติแนวบวกต่อผู้บริโภคได้และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร นอกจากนี้ระดับการศึกษา และสถานภาพ (โตและไม่โต) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อภาพพจน์องค์กร นอกจากนี้การตลาดด้านสังคมเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่น ได้ระบุว่าผลกระทบอย่างมากต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อภาพพจน์องค์กร” จากผลการศึกษาของ Chattananon et al ชี้ให้เห็นว่า การตลาดทางสังคมและการติดต่อสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรได้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกำไร ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกิจการสรุปได้ว่า ประกอบด้วยปัจจัย การเปิดรับข่าวสาร การตลาดด้านสังคม การจัดกิจกรรมทางสังคม การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การเปิดเผยและความโปร่งใสของข้อมูล ความเชื่อมั่นต่องบการเงิน และการติดต่อสื่อสาร แต่ยังไม่ม้งานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพกำไรที่จะส่งผลกระทบต่อ

ภาพลักษณ์ของกิจการหรือไม่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร และภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าสอดคล้องกับผลการศึกษายังไงจากงานวิจัยในอดีตหรือไม่

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ประเด็นที่ศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อลักษณะคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงประจักษ์ ที่มุ่งจะศึกษาว่าการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีส่งผลต่อลักษณะคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีความสัมพันธ์ในลักษณะใด จากการที่มีการระบุปัญหาและกรอบการวิจัยอย่างชัดเจน ระเบียบวิธีวิจัยจึงเป็นลักษณะของการวิจัยเชิงเหตุผล (Causal research) โดยมุ่งที่จะแสดงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause-and-effect relationships) สามารถอธิบายและพยากรณ์ความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ และเพื่อให้งานวิจัยได้ข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว จึงกำหนดให้มีการใช้เครื่องมือวิจัยทั้งแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็น (Survey) ได้ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลมาประกอบวิเคราะห์งานวิจัย รายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากงานวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มประชากรจากกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่เปิดเผยมียานวนแน่นอน โดยนำมาจากรายชื่อที่แสดงไว้ในบัญชีรายชื่อ “บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” โดยบัญชีรายชื่อนี้ประกาศไว้ในเว็บไซต์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ก.ล.ด.) ณ วันที่ 22 พฤษภาคม 2551 (<http://www.sec.or.th>) จำนวน 494 บริษัท ผู้วิจัยกำหนดจำนวนการส่ง

แบบสอบถามไปยังประชากรทั้งหมด (ยกเว้นกองทุนรวม 26 แห่ง) จำนวน 468 ฉบับ เป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานด้านการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีในด้านต่างๆของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสำรวจ (Survey) โดยการส่งแบบสอบถามตรงไปยังผู้บริหารฝ่ายบัญชีของกลุ่มตัวอย่าง ในการออกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามระดับความคิดเห็นกำหนดคะแนนแบบ Likert Scale ระดับ 1-5 โดยมีระดับดังนี้

ระดับ คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

และในแบบสอบถามได้มีการออกแบบคำถามปลายเปิด โดยมุ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ถามอย่างอิสระ ข้อมูลเชิงคุณภาพนี้จะนำมาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ผลการสำรวจ

โครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 และ 2 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและบริษัท ส่วน 3 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแปรรูปการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีทั้ง 3 ด้าน ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะเชิงคุณภาพในรายงานทางการเงินของกิจการ ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของกิจการ ส่วนที่ 6 คำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี

รายละเอียดของคำถามในแบบสอบถามมีดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชี ประกอบด้วย 7 คำถามครอบคลุมข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รายได้ และ ตำแหน่ง

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท ประกอบด้วย 13 คำถามครอบคลุมข้อมูลการดำเนินธุรกิจของบริษัท ได้แก่ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน รายได้ของบริษัท สินทรัพย์รวม ระยะเวลาการดำเนินงาน และ การได้รับรางวัลในอดีต

**ส่วนที่ 3** การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี เป็นตัวแปรอิสระ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1.การเลือก รายการเพื่อบันทึกบัญชี ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การวิเคราะห์การบันทึก และการจำแนกรายการต่างๆ 2.การวัดมูลค่ารายการ เพื่อกำหนดมูลค่าในการจดบันทึก ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การวัดมูลค่า การใช้ประโยชน์จากมาตรฐานบัญชี การคำนึงถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความสม่ำเสมอของการประยุกต์ใช้ 3.การจัดทำ และนำเสนอรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การศึกษามาตรฐาน การบัญชี การประยุกต์ใช้ การให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูล

**ส่วนที่ 4** คุณภาพกำไร เป็นตัวแปรกลาง คำถามครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ 1.ความสามารถเข้าใจได้ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การนำเสนอข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจได้ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ แสดงลักษณะความคงอยู่และผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน 2. ความเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์การตัดสินใจครั้ง ก่อน ช่วยคาดคะเนผลลัพธ์ในอนาคต พร้อมนำไปใช้ตัดสินใจ นำเสนอโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อ การตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน 3. ความเชื่อถือได้ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ ความสมเหตุสมผลตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป เน้นนำเสนอตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ นำเชื่อถือและปราศจากความลำเอียง ใช้ดุลพินิจตามหลักความระมัดระวัง นำเสนอข้อมูลครบถ้วน โดยกิจการคำนึงถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุนและประโยชน์ที่จะได้รับ 4. ความสามารถเปรียบเทียบกัน ได้ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ มีการแสดงการเปรียบเทียบระหว่างงวดบัญชีหรือ ระหว่างกิจการ สามารถประเมินและคาดการณ์ฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน การเปรียบเทียบบ



การเงินให้ความสำคัญกับวิธีการทางการเงิน และแสดงผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชี

**ส่วนที่ 5** ภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วยคำถาม 13 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการยอมรับจากลูกค้าและหน่วยงานอื่น เคยได้รับรางวัลต่างๆ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ลูกค้าเพิ่มขึ้น ลูกค้ายินดีทดลองใช้สินค้าใหม่อย่างเต็มใจ ผู้บริหารได้รับการยอมรับ พนักงานมีความจงรักภักดี มีหลักเกณฑ์ทำงานชัดเจน พนักงานมีความภูมิใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีนโยบายแนวทางปฏิบัติในด้านความซื่อสัตย์ และจริยธรรมอย่างเป็นระบบ

**ส่วนที่ 6** คำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี

### 3.2.1 ระดับของการวัด

แบบสอบถามที่ใช้ในส่วนของการวัด ผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อลักษณะคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยกำหนดให้คะแนนคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของไลเคิร์ต (Likert's Scale) ที่ตรงกับความรู้สึกกับความเป็นจริงมากที่สุดโดยมีให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนของความเห็นไว้ 5 ระดับดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>	<u>ค่าคะแนน</u>
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยใช้การคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \text{ระดับคะแนน } 0.80 \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้ช่วงคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่วงมีขนาดเท่ากับ 0.80 ดังนั้น จึงให้ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>	<u>ช่วงคะแนนเฉลี่ย</u>
เห็นด้วยมากที่สุด	4.21-5.00
เห็นด้วยมาก	3.41-4.20
เห็นด้วยปานกลาง	2.61-3.40
เห็นด้วยน้อย	1.81-2.60
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00-1.80

### 3.2.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรง ( Validity) และความเชื่อมั่น ( Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงดังนี้

3.2.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรง ( Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญงานวิจัย จำนวน 2 ท่าน สอบทานคำถามเพื่อพิจารณาความครบถ้วน ตลอดจนความชัดเจน โครงสร้าง แบบสอบถาม เนื้อหาและภาษาที่ใช้

3.2.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น ( Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงและทำการทดสอบ (Pre-Test) แบบสอบถามจำนวน 5 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยส่งให้ผู้บริหารฝ่ายบัญชีและนักบัญชีที่เกี่ยวข้องกับงานด้านบัญชีและบริหารงานของธุรกิจตอบแบบสอบถามและปรับปรุงก่อนส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.2.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง ( Reliability and Validity)

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของคำถาม โดยการวัดค่าอำนาจจำแนกด้วยวิธี Factor Analysis และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรมีระดับความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงที่ยอมรับได้ โดยมีค่าอำนาจจำแนกตามตารางที่ 3.1 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ที่ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้ สำหรับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ทดสอบมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.7 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้เช่นกัน

ตารางที่ 3.1 ผลทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของตัวแปร

ตัวแปรต้น	ค่าอำนาจจำแนก ***	ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาคแอลฟา
<b>I. ปัจจัยด้านการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี</b>		<b>0.8657</b>
1. การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี	0.691-0.851	0.7700
2. การวัดมูลค่ารายการ	0.705-0.830	0.8165
3. การจัดทำและนำเสนอรายงานการเงิน	0.793-0.922	0.8944
ตัวแปรกลาง	ค่าอำนาจจำแนก ***	ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาคแอลฟา
<b>II. ปัจจัยด้านคุณภาพกำไร</b>		<b>0.9016</b>
1. ความสามารถเข้าใจได้ง่าย	0.854-0.930	0.9223
2. ความเกี่ยวข้องกับการค้าสินใจ	0.836-0.864	0.8673
3. ความเชื่อถือได้	0.729-0.885	0.8799
4. ความสามารถเปรียบเทียบกันได้	0.696-0.890	0.8026
ตัวแปรอิสระ	ค่าอำนาจจำแนก ***	ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาคแอลฟา
<b>III. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของกิจการ</b>	<b>0.632-0.814</b>	<b>0.9271</b>

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ลักษณะดังนี้

- **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** เก็บจากแบบสอบถามที่ตอบกลับโดยผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทกลุ่มตัวอย่างจำนวน 468 ฉบับ มีแบบสอบถามที่ถูกตีกลับเนื่องจากการย้ายที่อยู่และเลิกกิจการมีจำนวนทั้งสิ้น 2 ฉบับ และเมื่อครบกำหนดการเก็บแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามทั้งสิ้น 133 ฉบับซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น จึงสรุปว่ามีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 28.54 ซึ่งสอดคล้องกับ (Aaker, Kumar and Say, 2001) ที่พบว่า การส่งแบบสอบถามถ้ามีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 อาจพิจารณานำมาประมวลผลได้
- **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)** การเก็บข้อมูลมาจากการศึกษาค้นคว้าทางเอกสาร โดยศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้มาตรฐานการบัญชี งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพกำไร และภาพลักษณ์ของกิจการ

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

#### 3.4.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive Analysis) ได้แก่

3.4.1.1 ความถี่ ( Frequency) และค่าร้อยละ ( Percentage) เพื่อใช้ในการพรรณนาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านต่างๆ

3.4.1.2 ค่าเฉลี่ย ( Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( Standard Deviation) เพื่อใช้ในการพรรณนาข้อมูลผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีด้านต่างๆที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### 3.4.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงปริมาณ ( Quantitative Analysis) ได้แก่

3.4.2.1 ใช้เครื่องมือทางสถิติอนุมาน (Inference Statistics) ประกอบด้วย การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ Anova การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) การวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) และการวัดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

3.4.2.2 ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามในคำถามปลายเปิดในส่วนที่ 6 โดยทำการจัดกลุ่มของคำตอบเพื่อหาค่าความถี่เพื่อการวิเคราะห์

3.4.2.3 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบเส้นตรงทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ การประยุกต์ใช้มาตรฐานบัญชี (X) กับตัวแปรตามคือคุณภาพกำไร (Y) และทำการทดสอบความสัมพันธ์ของคุณภาพกำไร (X) ที่มีต่อภาพลักษณ์ (Y) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง ผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร และภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีในบริษัทที่จดทะเบียนฯ ที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี ความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร ในรายงานการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนฯ และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคุณภาพกำไรใน รายงานการเงินที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนฯ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรออกเป็นราย ด้าน ประกอบด้วย คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี(ผู้บริหารฝ่ายบัญชี) ลักษณะของผู้มี หน้าที่จัดทำบัญชี (ลักษณะของบริษัทฯ) การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของผู้จัดทำบัญชี (ผู้บริหารฝ่ายบัญชี) ลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของบริษัทฯ และภาพลักษณ์ของ บริษัทฯ ในความคิดเห็นของผู้จัดทำบัญชี(ผู้บริหารฝ่ายบัญชี) สำหรับผลในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยขอ นำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังต่อไปนี้

- 4.1 สภาพทั่วไปของข้อมูลจะนำเสนอในรูปแบบของ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
  - 4.1.1 คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - 4.1.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - 4.1.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - 4.1.4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - 4.1.5 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแต่ละด้านตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
  - 4.2.1 คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	37	27.80
หญิง	96	72.20
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท เป็นชาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และ หญิง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	2	1.5
30 – 35 ปี	17	12.8
36 – 40 ปี	33	24.8
มากกว่า 40 ปี	81	60.9
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมา อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อายุ 30 – 35 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	61	45.9

สมรส	68	51.1
ม่าย	2	1.5
หย่าร้าง	2	1.5
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาสถานภาพโสด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 มีสถานภาพ ม่ายและหย่าร้าง จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	58	43.6
สูงกว่าปริญญาตรี	75	56.4
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	2	1.5
5 – 10 ปี	18	13.5
11 – 15 ปี	29	21.8
มากกว่า 15 ปี	84	63.2
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>



จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี มากกว่า 15 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11 – 15 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5 – 10 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และมีประสบการณ์ในการทำงาน น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.6** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	21	15.8
50,000 - 75,000 บาท	38	28.6
75,001 - 100,000 บาท	31	23.3
มากกว่า 100,000 บาท	43	32.3
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมียังมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,000 - 75,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 75,000 - 100,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี	19	14.3
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน	21	15.8
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	59	44.4
อื่นๆ	34	25.6
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมามีตำแหน่ง อื่นๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

#### 4.1.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ตารางที่ 4.8** แสดงจำนวน และร้อยละ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

กลุ่มประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	12	9.0
สินค้าอุปโภคบริโภค	8	6.0
ธุรกิจการเงิน	14	10.5
สินค้าอุตสาหกรรม	29	21.8
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	23	17.3
ทรัพยากร	7	5.3
บริการ	40	30.1
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.8 พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบริการ จำนวน 40 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมามีธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 29 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.8 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 23 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.3 ธุรกิจการเงิน จำนวน 14 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.5 ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.0 ธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 6.0 และธุรกิจทางทรัพยากร จำนวน 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** แสดงจำนวน และร้อยละ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ทุนจดทะเบียน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 ล้านบาท	79	59.4
มากกว่า 1,000 – 3,000 ล้านบาท	26	19.5
มากกว่า 3,000 – 5,000 ล้านบาท	6	4.5
มากกว่า 5,000 ล้านบาท	22	16.5
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.9 พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีทุนจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย น้อยกว่า 1,000 ล้านบาท จำนวน 79 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมามีทุนจดทะเบียนมากกว่า 1,000 – 3,000 ล้านบาท จำนวน 26 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.5 ทุนจดทะเบียนมากกว่า 5,000 ล้านบาท จำนวน 22 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.5 และต่ำสุดมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 3,000 – 5,000 ล้านบาท จำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** แสดงจำนวน และร้อยละ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
ไทยจำแนกตาม จำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 คน	62	46.6
มากกว่า 500 – 1,500 คน	34	25.6
มากกว่า 1,500 – 2,500 คน	13	9.8
มากกว่า 2,500 คน	24	18.0
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.10 พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน จำนวน 62 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมามีจำนวนพนักงานมากกว่า 500 – 1,500 คน จำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีจำนวนพนักงานมากกว่า 2,500 คน จำนวน 24 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.0 และมีจำนวนพนักงานมากกว่า 1,500 – 2,500 คน จำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** แสดงจำนวน และร้อยละ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
จำแนกตาม รายได้ของบริษัท

รายได้ของบริษัท (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาท	66	49.6
มากกว่า 2,500 – 3,500 ล้านบาท	13	9.8
มากกว่า 3,500 – 4,500 ล้านบาท	11	8.3
มากกว่า 4,500 ล้านบาท	43	32.3
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.11 พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีรายได้ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาท จำนวน 66 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 4,500 ล้านบาท จำนวน 43 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีรายได้มากกว่า 2,500 – 3,500 ล้านบาท จำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.8 และต่ำสุดมีรายได้มากกว่า 3,500 – 4,500 ล้านบาท จำนวน 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** แสดงจำนวน และร้อยละ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
จำแนกตาม สินทรัพย์รวมของบริษัท

สินทรัพย์รวมของบริษัท (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท	82	61.7
มากกว่า 5,000 – 10,000 ล้านบาท	18	13.5
มากกว่า 10,000 – 20,000 ล้านบาท	7	5.3
มากกว่า 20,000 ล้านบาท	26	19.5
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.12 พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท จำนวน 82 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมา มีสินทรัพย์รวมมากกว่า 20,000 ล้านบาท จำนวน 26 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีสินทรัพย์รวมมากกว่า 5,000 – 10,000 ล้านบาท จำนวน 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.5 และต่ำสุดมีสินทรัพย์รวมมากกว่า 10,000 – 20,000 ล้านบาท จำนวน 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.13** แสดงจำนวน และร้อยละ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ปี	12	9.0
10 – 20 ปี	44	33.1
21 – 30 ปี	35	26.3
มากกว่า 30 ปี	42	31.6
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.13 พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 10 – 20 ปี จำนวน 44 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี จำนวน 42 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.6 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.3 และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 10 ปี จำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

#### 4.1.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ตารางที่ 4.14** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

การประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชี	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
<b>การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี</b>								
1.กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์รายการต่างๆที่เกิดขึ้นก่อนการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบและชัดเจน	46 (34.6)	80 (60.2)	7 (5.3)	-	-	4.29	0.56	มากที่สุด
2.กิจการมีการบันทึกรายการทุกรายการที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจและภาระผูกพันของกิจการ	40 (30.1)	72 (54.1)	12 (9.0)	9 (6.8)	-	4.08	0.81	มาก
3. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใดๆที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรและภาระผูกพันของกิจการ กิจการจะบันทึกรายการทันที	32 (24.1)	79 (59.4)	15 (11.3)	7 (5.3)	-	4.02	0.75	มาก
4.กิจการมีการจำแนกรายการต่างๆเกี่ยวกับทรัพย์สินหนี้สินทุนรายได้ ค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจนและเป็นระบบ	72 (54.1)	61 (45.9)	-	-	-	4.54	0.50	มากที่สุด

การประยุกต์ใช้ มาตรฐานทางบัญชี	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน	แปล ความหมาย
การวัดมูลค่ารายการ เพื่อกำหนดมูลค่าใน การจดบันทึก 5.กิจการมีหลักเกณฑ์ที่ ชัดเจนในการกำหนด และวัดมูลค่าในระบบ บัญชีของกิจการ	44 (33.1)	82 (61.7)	5 (3.8)	2 (1.5)	-	4.26	0.60	มากที่สุด
6. ในการวัดมูลค่า รายการต่างๆ กิจการให้ ความสำคัญและใช้ ประโยชน์จาก มาตรฐานบัญชีต่างๆ ที่ เกี่ยวข้อง	60 (45.1)	67 (50.4)	6 (4.5)	-	-	4.41	0.58	มากที่สุด
7. เมื่อมีการ เปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทาง ธุรกิจ กิจการมีการ วิเคราะห์ วินิจฉัยและ รวบรวมประเด็นของ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก การเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อใช้วัดมูลค่าของ รายการทางบัญชี	20 (15.0)	93 (69.9)	20 (15.0)	-	-	4.00	0.55	มาก

การประยุกต์ใช้ มาตรฐานทางบัญชี	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน	แปล ความหมาย
8. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจกรรมมีการใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงประยุกต์ เพื่อใช้วัดมูลค่าของรายการทางบัญชีต่างๆ อย่างเหมาะสม	34 (25.6)	83 (62.4)	16 (12.0)	-	-	4.14	0.60	มาก
9. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่มีความสม่ำเสมอในการวัดมูลค่า	51 (38.3)	77 (57.9)	5 (3.8)	-	-	4.35	0.55	มากที่สุด
<b>การจัดทำ นำเสนอ รายงานการเงิน</b> 10.กิจกรรมมีการศึกษา มาตรฐานการบัญชีที่ เกี่ยวข้องกับการ จัดทำและนำเสนอ รายงานการเงิน เพื่อให้การนำเสนอมี ความถูกต้องชัดเจน	63 (47.7)	68 (51.1)	2 (1.5)	-	-	4.46	0.53	มากที่สุด



การประยุกต์ใช้ มาตรฐานทางบัญชี	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน	แปล ความหมาย
11. กิจกรรมที่มีการ ประยุกต์ใช้วิธีการ นำเสนอข้อมูลใน รายงานการเงินตาม มาตรฐานการบัญชี ให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมและ สถานการณ์ของ กิจการ	42 (31.6)	90 (67.7)	1 (0.8)	-	-	4.31	0.48	มากที่สุด
12. ในการเปิดเผย ข้อมูลในงบการเงิน นั้นกิจการคำนึงถึง การเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้ครอบคลุม สาระสำคัญอย่าง ครบถ้วนถูกต้อง และ ชัดเจน	66 (49.6)	65 (48.9)	2 (1.5)	-	-	4.48	0.53	มากที่สุด
13. กิจการให้ความสำคัญกับการ นำเสนอข้อมูลและ เปิดเผยข้อมูลใน ประเด็นต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วน ได้เสียอย่างชัดเจน และครบถ้วน	63 (47.4)	67 (50.4)	3 (2.3)	-	-	4.45	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทในการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชีของแต่ละด้านดังนี้

#### การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี

1. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์รายการต่างๆที่เกิดขึ้นก่อนการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบและชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.6 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3

2. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบันทึกรายการทุกรายการที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจและภาระผูกพันของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.8

3. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจะบันทึกรายการทันที เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกี่ยวข้อง ทรัพยากรและภาระผูกพันของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 24.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.1 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.3

4. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีการจำแนกรายการต่างๆเกี่ยวกับ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุน รายได้ หรือ ค่าใช้จ่าย อย่างชัดเจนและเป็นระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.9

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชีโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

#### การวัดมูลค่ารายการเพื่อกำหนดมูลค่าในการจดบันทึก

5. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการกำหนดและวัดมูลค่าในระบบบัญชีของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.5

6. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญในการวัดมูลค่าในรายการต่างๆ กิจการให้ความสำคัญ และใช้ประโยชน์จากมาตรฐานบัญชีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.1 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 4.5

7. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจการมีการวิเคราะห์ วิจัย และรวบรวมประเด็นของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อใช้

วัดมูลค่าของรายการทางบัญชี อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 69.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.0

8. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจกรรมมีการนำมาตราฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่เกี่ยวข้องมาปรับประยุกต์ เพื่อใช้วัดมูลค่าของรายการทางบัญชีต่างๆ อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.6 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.0

9. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่มีความสม่ำเสมอในการวัดมูลค่า อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านการวัดมูลค่ารายการเพื่อกำหนดมูลค่าในการจัดบันทึกโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

#### การจัดทำและนำเสนอรายงานการเงิน

10. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีการศึกษามาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินเพื่อให้การนำเสนอรายงานดังกล่าวมีความถูกต้องชัดเจนและได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอก อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 1.5

11. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีการประยุกต์ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลในรายงานการเงินตามมาตรฐานการบัญชีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 และอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 0.8

12. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจะเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินนั้น กิจการคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมสาระสำคัญอย่างครบถ้วนถูกต้อง และชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.9 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 1.5

13. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลและเปิดเผยข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างชัดเจน และครบถ้วน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.3

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านการจัดทำและนำเสนอรายงานการเงิน โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

#### 4.1.4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวชี้วัดคุณภาพกำไร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
<b>ความเข้าใจได้</b>								
1. กิจการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ช่วยให้ผู้ใช้งบเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน	56 (42.1)	74 (55.6)	3 (2.3)	-	-	4.40	0.54	มากที่สุด
2. กิจการเชื่อมั่นว่างบการเงินของกิจการเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินที่มีความรู้พื้นฐานอย่างเพียงพอ	59 (44.4)	72 (54.1)	2 (1.5)	-	-	4.43	0.53	มากที่สุด
3. กิจการมีข้อมูลทางการบัญชีที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะความคงอยู่ และผลการดำเนินงานของกิจการอย่างชัดเจน	63 (47.4)	70 (52.6)	-	-	-	4.47	0.50	มากที่สุด
4. กิจการนำเสนอรายงานทางการบัญชีที่ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อการทำความเข้าใจ	52 (39.1)	76 (57.1)	5 (3.8)	-	-	4.35	0.55	มากที่สุด

ตัวชี้วัดคุณภาพกำไร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
<b>ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ</b>								
5. กิจกรรมนำเสนอข้อมูลทางบัญชีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจในครั้งก่อน และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจในอนาคต	32 (24.1)	92 (69.2)	8 (6.0)	1 (0.8)	-	4.17	0.55	มาก
6. กิจกรรมมีข้อมูลทางบัญชีที่ช่วยในการคาดคะเนหรือยืนยันเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต	30 (22.6)	79 (59.4)	22 (16.5)	2 (1.5)	-	4.03	0.67	มาก
7. กิจกรรมมีข้อมูลทางบัญชีที่พร้อมนำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องได้ตามความต้องการของผู้ใช้งบการเงิน	37 (27.8)	90 (67.7)	5 (3.8)	1 (0.8)	-	4.23	0.55	มากที่สุด
8. กิจกรรมนำเสนอข้อมูลทางบัญชีโดยคำนึงถึงผลกระทบของการแสดงข้อมูลต่อการตัดสินใจ	35 (26.3)	86 (64.7)	12 (9.0)	-	-	4.17	0.57	มาก

ตัวชี้วัดคุณภาพกำไร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
<u>ความเชื่อถือได้</u> 9.กิจการมีการแสดงรายการและเหตุการณ์ทางการบัญชีที่น่าเชื่อถือโดยคำนึงถึงความชัดเจน ความแน่นอน และความสมเหตุสมผลตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป	53 (39.8)	80 (60.2)		-	-	4.40	0.49	มากที่สุด
10. กิจการให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีโดยมุ่งเน้นการนำเสนองบการเงินตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ	44 (33.1)	80 (60.2)	9 (6.8)	-	-	4.26	0.58	มากที่สุด
11. กิจการมีการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและปราศจากความลำเอียงโดยข้อมูลทางบัญชีจะสะท้อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง	43 (32.3)	85 (63.9)	4 (3.0)	1 (0.8)	-	4.28	0.56	มากที่สุด

ตัวชี้วัดคุณภาพการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
12.กิจการมีการใช้ดุลพินิจ อย่างเป็นระบบ และชัดเจน ในการประมาณการความ ไม่แน่นอน เพื่อไม่ให้ สินทรัพย์และรายได้สูง เกินไป และหนี้สินและ ค่าใช้จ่ายต่ำเกินไป	44 (33.1)	83 (62.4)	5 (3.8)	1 (0.8)	-	4.28	0.57	มากที่สุด
13.กิจการมีการพิจารณาถึง ข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุน และประโยชน์ที่ได้รับจาก การนำเสนอข้อมูลบัญชี	30 (22.6)	89 (66.9)	12 (9.0)	2 (1.5)	-	4.11	0.61	มาก
<b>ความสามารถเปรียบเทียบ กันได้</b>								
14.กิจการมีการนำเสนออง การเงิน ซึ่งแสดงการ เปรียบเทียบงบการเงิน ระหว่างงวดบัญชีหรือ ระหว่างกิจการ	58 (43.6)	69 (51.9)	3 (2.3)	2 (1.5)	1 (0.8)	4.36	0.68	มากที่สุด
15.กิจการเชื่อมั่นว่าการ เปรียบเทียบงบการเงินทำให้ ผู้ใช้ประเมินฐานะการเงินผล การดำเนินงาน การ เปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน กระแสเงินสด และคาดการณ์ แนวโน้มดังกล่าวได้	54 (40.6)	74 (55.6)	5 (3.8)	-	-	4.37	0.56	มากที่สุด

ตัวชี้วัดคุณภาพกำไร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
16.ในการเปรียบเทียบงบการเงินกิจการให้มีความสำคัญกับวิธีการทางการบัญชีที่ประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งบการเงินในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจข้อมูลทางการบัญชีดังกล่าว	47 (35.3)	79 (59.4)	7 (5.3)	-	-	4.30	0.56	มากที่สุด
17.เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีจากงวดหนึ่งไปอีกงวดหนึ่ง กิจการได้แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่องบการเงิน	48 (36.1)	80 (60.2)	4 (3.0)	1 (0.8)	-	4.32	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทในแต่ละด้าน ดังนี้

#### ความเข้าใจได้

1. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจะนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ช่วยให้ผู้ใช้งบเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.3

2. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเชื่อมั่นว่างบการเงินของกิจการเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินที่มีความรู้พื้นฐานอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 1.5



3. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการมีข้อมูลทางการบัญชีทำให้เห็นถึงลักษณะความคงอยู่ และผลการดำเนินงานของกิจการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4

4. ผู้บริหารฝ่ายบัญชื่อนำเสนอรายงานทางการบัญชีที่ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ใช้งบการเงินเพื่อประโยชน์สูงสุดในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความเข้าใจได้ โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

#### ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

5. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจในครั้งก่อนและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจในอนาคตได้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.0 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

6. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการมีข้อมูลทางการบัญชีที่ช่วยในการคาดคะเนหรือยืนยันเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.5 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.5

7. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการมีข้อมูลทางการบัญชีที่พร้อมนำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องได้ตามความต้องการของผู้ใช้งบการเงิน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

8. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีโดยคำนึงถึงผลกระทบของการแสดงข้อมูลต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.3 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.0

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

### ความเชื่อถือได้

9. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการมีการแสดงรายการและเหตุการณ์ทางการบัญชีที่น่าเชื่อถือโดยคำนึงถึงความชัดเจน ความแน่นอน และความสมเหตุสมผล ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8

10. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีโดยมุ่งเน้นการนำเสนองบการเงินตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.8

11. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและปราศจากความลำเอียงโดยข้อมูลทางบัญชีจะสะท้อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.3 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

12. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการใช้ดุลพินิจอย่างเป็นระบบและชัดเจนในการประมาณการความไม่แน่นอนเพื่อไม่ให้สินทรัพย์และรายได้สูงเกินไป และหนี้สินและค่าใช้จ่ายต่ำเกินไป อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

13. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่า กิจการมีการพิจารณาถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุน และประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีต่างๆ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.5

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความเชื่อถือได้ โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชีพบว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

### ความสามารถเปรียบเทียบกันได้

14. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่ากิจการมีการนำเสนองบการเงินซึ่งแสดงการเปรียบเทียบงบการเงินระหว่างงวดบัญชีหรือระหว่างกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.3 อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

15. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเชื่อมั่นว่ากิจการเปรียบเทียบงบการเงินทำให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน กระแสเงินสด และสามารถ

คาดการณ์แนวโน้มดังกล่าวได้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 และ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8

16. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าในกิจการเปรียบเทียบงบการเงินกิจการให้ความสำคัญกับวิธีการทางการบัญชีที่ประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งบการเงินในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจข้อมูลทางการบัญชีดังกล่าว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.5 และ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3

17. ผู้บริหารฝ่ายบัญชี เห็นว่าเมื่อมีกิจการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีจากงวดหนึ่งไปอีกงวดหนึ่ง กิจการได้แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่องบการเงิน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

#### 4.1.5 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ตารางที่ 4.16** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
**ภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**

ภาพลักษณ์ขององค์กร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
1.กิจการได้รับการยอมรับจากลูกค้าและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องว่าเป็นบริษัทที่มีการดำเนินงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ	37 (27.8)	73 (54.9)	21 (15.8)	2 (1.5)	-	4.09	0.70	มาก
2.กิจการได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจัดการดีเด่น บริษัทธรรมาภิบาลหรือรางวัลอย่างอื่นอย่างต่อเนื่อง	24 (18.0)	40 (30.1)	50 (37.6)	16 (12.0)	3 (2.3)	3.50	1.00	มาก
3.กิจการมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและบริการที่ดี	41 (30.8)	73 (54.9)	15 (11.3)	4 (3.0)	-	4.14	0.73	มาก
4.กิจการมีกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม	35 (26.3)	64 (48.1)	27 (20.3)	6 (4.5)	1 (0.8)	3.95	0.85	มาก
5.กิจการมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	25 (18.8)	78 (58.6)	22 (16.5)	8 (6.0)	-	3.90	0.77	มาก
6.กิจการสามารถทำให้ลูกค้าเก่ายังเต็มใจใช้บริการจากกิจการและแนะนำลูกค้าใหม่ให้อย่างต่อเนื่อง	30 (22.6)	84 (63.2)	16 (12.0)	3 (2.3)	-	4.06	0.66	มาก
7.เมื่อกิจการมีการนำเสนอสินค้าและบริการ ใหม่ลูกค้าของกิจการยินดีทดลองใช้สินค้าใหม่อย่างเต็มใจ	21 (15.8)	76 (57.1)	28 (21.1)	6 (4.5)	2 (1.5)	3.81	0.81	มาก
8.ชื่อเสียงและประสบการณ์ของคณะกรรมการบริหารได้รับการยอมรับจากบุคลากรภายนอก	43 (32.3)	70 (52.6)	16 (12.0)	4 (3.0)	-	4.14	0.74	มาก
9.พนักงานของกิจการมีความจงรักภักดีต่อกิจการอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง	27 (20.3)	85 (63.9)	19 (14.3)	2 (1.5)	-	4.03	0.64	มาก

ภาพลักษณ์ขององค์กร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
10.พนักงานมีหลักเกณฑ์ในการทำงาน โดยคำนึงถึงการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างชัดเจน	23 (17.3)	88 (66.2)	22 (16.5)	-	-	4.01	0.58	มาก
11.พนักงานมีความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นอย่างดี	24 (18.0)	90 (67.7)	18 (13.5)	1 (0.8)	-	4.03	0.59	มาก
12.กิจการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง	27 (20.3)	78 (58.6)	25 (18.8)	3 (2.3)	-	3.97	0.70	มาก
13.กิจการมีการกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติในด้านความซื่อสัตย์และจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเป็นระบบและชัดเจนตลอดจนมีการประกาศอย่างชัดเจน	45 (33.8)	73 (54.9)	13 (9.8)	1 (0.8)	1 (0.8)	4.20	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของกิจการ ดังนี้

1. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้รับการยอมรับจากลูกค้าและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องว่าเป็นบริษัทที่มีการดำเนินงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.8 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.5

2. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับการได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจัดการดีเด่น บริษัทธรรมดาภิบาลหรือรางวัลอย่างอื่นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.1 อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.0 อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.3

3. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับการมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและบริการที่ดี อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.3 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.0

4. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับการมีกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.3 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.3 อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

5. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับการมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.8 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.5 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.0

6. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับความสามารถทำให้ลูกค้าเก่ายังเต็มใจใช้บริการจากกิจการและแนะนำลูกค้าใหม่ให้อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.3

7. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ลูกค้าของกิจการยินดีทดลองใช้สินค้าใหม่อย่างเต็มใจ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.1 อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.8 อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5

8. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับชื่อเสียงและประสบการณ์ของคณะกรรมการบริหารได้รับการยอมรับจากบุคลากรภายนอก อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.3 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.0

9. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับพนักงานที่มีความจงรักภักดีต่อกิจการอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 32.3 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.0

10. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับพนักงานมีหลักเกณฑ์ในการทำงาน โดยคำนึงถึงการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.3 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.5

11. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับพนักงานมีความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.0 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.5 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

12. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.3 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.8 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.3

13. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติในด้านความซื่อสัตย์และจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเป็นระบบและชัดเจนตลอดจนมีการประกาศอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.8 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.8 และอยู่ในระดับน้อยกับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นภาพลักษณ์ขององค์กร โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแต่ละด้านตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1** คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีที่ต่างกันจะส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี

จากสมมติฐานดังกล่าวตัวแปรต้น คือ คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ รายได้ และตำแหน่ง โดยที่ตัวแปรตาม คือ การประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชี ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) มาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นว่ากลุ่มย่อยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวก่อให้เกิดความแตกต่างกันอย่างไรในค่าของตัวแปรตาม โดยผู้วิจัยได้แปลงค่าคะแนนของ Likert Scale ทั้ง 5 ระดับให้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**ตารางที่ 4.17** การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมของคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีกับการประยุกต์ใช้ มาตรฐานทางบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Main	2.717	17	0.160	0.927	.544
เพศ	.0315	1	.0315	0.183	.670
อายุ	.0842	3	.0280	0.163	.921
สถานภาพสมรส	.675	3	0.225	1.305	.276
ระดับการศึกษา	1.026	1	1.026	5.954	.016
ประสบการณ์ในการทำงาน	.544	3	0.181	1.052	.373
รายได้ต่อเดือน	.0274	3	0.024	0.144	.933
ตำแหน่ง	.282	3	0.093	0.545	.653
Model	2.717	17	0.160	0.927	.544
Residual	19.820	115	0.172		
<b>Total</b>	<b>22.537</b>	<b>132</b>	<b>0.171</b>		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีที่แตกต่างกันไม่ทำให้การประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชีแตกต่างกัน แต่มีปัจจัยทางระดับการศึกษาเพียงตัวเดียวที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ระดับการศึกษาของผู้จัดทำบัญชีที่แตกต่างกันทำให้การประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชีแตกต่างกัน



**ตารางที่ 4.18** การวิเคราะห์จำแนกเพศ คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีกับการประยุกต์ใช้  
มาตรฐานทางบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรต้น	N	ค่าเบี่ยงเบนยังไม่ปรับ	Eta	ค่าเบี่ยงเบนปรับแล้ว	Beta
เพศ					
ชาย	37	-.02	.037	-.05	.083
หญิง	96	.009		.02	
อายุ					
น้อยกว่า 30 ปี	2	-.06		.17	
30 – 35 ปี	17	.05	.061	.11	.156
36 – 40 ปี	33	-.02		-.08	
มากกว่า 40 ปี	81	-.03		.007	
สถานภาพ					
โสด	61	.06		.06	
สมรส	68	-.04	.174	-.05	.239
หม้าย	2	-.36		-.37	
หย่าร้าง	2	.09		.52	
ระดับการศึกษา					
ปริญญาตรี	58	-.09	.199	-.09	.205
สูงกว่าปริญญาตรี	75	.07		.07	
ประสบการณ์					
น้อยกว่า 5 ปี	2	-.29		-.57	
5 – 10 ปี	18	-.02	.098	-.12	.219
11 – 15 ปี	29	.03		.05	
มากกว่า 15 ปี	84	.002		.02	

			ยังไม่ปรับตัวแปรต้น		ปรับตัวแปรต้น	
ตัวแปรต้น	N	ค่าเบี่ยงเบน	Eta	Beta	ค่าเบี่ยงเบน	Beta
รายได้						
ต่ำกว่า 50,000 บาท	21	.002			-.09	
50,000 - 75,000 บาท	38	-.07			-.007	
75,001 - 100,000 บาท	31	-.009	.110		.001	.112
มากกว่า 100,000 บาท	43	-.01			.05	
ตำแหน่ง						
ผอ.ฝ่ายบัญชี	19	.08			.001	
ผอ.ฝ่ายบัญชีและการเงิน	21	-.01			-.11	
ผจก.ฝ่ายบัญชี	59	-.02	.088		.008	.132
อื่นๆ	34	.009			.05	

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง ( $R^2$ ) .121

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) .347

จากตารางที่ 4.18 พบว่า เมื่อพิจารณาตัวแปรคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี ด้วยการพิจารณาจากค่าของ Beta ตัวแปรที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชีมากที่สุดคือ สถานภาพสมรส (.239) รองลงมา คือ ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี (.219) และระดับการศึกษา (.205) ตามลำดับ และตัวแปรคุณลักษณะและภูมิหลังสามารถใช้ในการทำนายตัวแปรตาม คิดเป็นร้อยละ 34.7

สมมติฐานที่ 2 การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีในด้าน การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อลักษณะคุณภาพกำไร

จากสมมติฐานดังกล่าวตัวแปรต้น คือ การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ การจัดทำและนำเสนอรายงานการเงิน โดยที่ตัวแปรตาม คือ ลักษณะคุณภาพกำไร ซึ่งตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) มาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นว่ากลุ่มย่อยตัวแปรอิสระแต่ละตัวก่อให้เกิดความแตกต่างกันอย่างไรในค่าของตัวแปรตาม โดยได้แปลค่าคะแนนของ Likert Scale ทั้ง 5 ระดับให้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะคุณภาพกำไรกับการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นทั้งหมดกับตัวแปรตาม ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย

#### ตัวแปรต้น

$X_1$  คือ การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี

$X_2$  คือ การวัดมูลค่ารายการ

$X_3$  คือ การจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน

#### ตัวแปรตาม

$Y$  คือ ลักษณะคุณภาพกำไร

**ตารางที่ 4.19** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และลักษณะคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

	Y	$X_1$	$X_2$	$X_3$
Y	1.000	.625**	.686**	.752**
$X_1$	.625**	1.000	.706**	.620**
$X_2$	.686**	.706**	1.000	.691**
$X_3$	.752**	.620**	.691**	1.000

\*\* Correlation is significant at the 0.01 (2 – tailed)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี ( $X_1$ ) การวัดมูลค่ารายการ ( $X_2$ ) และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน ( $X_3$ ) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.6 ถึง 0.8 โดยค่าที่ได้เป็น

ความสัมพันธ์เชิงบวก และคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูง คือ การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชีกับการวัดมูลค่ารายการ (.706) ส่วนตัวแปรตาม คือ ลักษณะคุณภาพกำไร พบว่า มีความสัมพันธ์กับการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินมากที่สุด (.752)

**ตารางที่ 4. 20** การวิเคราะห์การถดถอยของลักษณะคุณภาพกำไรกับการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชีการวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรต้น	B	Std. Er.	Beta	t	Sig.
การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี	.122	.063	.151	1.922	.047
การวัดมูลค่ารายการ	.228	.081	.239	2.815	.006
การจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน	.453	.070	.493	6.425	.000
R = .793 R <sup>2</sup> = .629 R <sup>2</sup> <sub>adjusted</sub> = .621 F = 72.973 Sig. = .000 Sample Size 133					

จากตารางที่ 4. 20 พบว่า ในภาพรวมของผู้จัดทำบัญชีทั้งหมด โดยมีตัวแปรต้นทั้ง 3 ตัว เมื่อวิเคราะห์ถดถอยของลักษณะคุณภาพกำไรกับการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน ด้วยวิธี Enter จะสามารถร่วมกันอธิบายลักษณะคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ ร้อยละ 79.3 ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า มีตัวแปรต้นบางตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า เบต้า พบว่า ตัวแปรต้นที่ส่งผลมากที่สุด คือ การจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน หมายความว่า ลักษณะคุณภาพกำไรของบริษัทมีความสัมพันธ์กับการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินมากที่สุด

**สมมติฐานที่ 3** ลักษณะความสามารถเข้าใจได้ในรายงานการเงิน ลักษณะความเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจในรายงานการเงิน ลักษณะความเชื่อถือได้ในรายงานการเงินและลักษณะของ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะความสามารถเข้าใจได้ในรายงานการเงิน ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในรายงานการเงิน ลักษณะความเชื่อถือได้ในรายงานการเงิน และความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ทั้งหมดกับตัวแปรตาม ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย

#### ตัวแปรต้น

- $X_1$  คือ ลักษณะความสามารถเข้าใจได้
- $X_2$  คือ ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
- $X_3$  คือ ลักษณะความเชื่อถือได้
- $X_4$  คือ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้

#### ตัวแปรตาม

- $Y$  คือ ภาพลักษณ์ของบริษัท

**ตารางที่ 4.21** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ กับภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

	Y	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$
Y	1.000	.522**	.540**	.581**	.524**
$X_1$	.522**	1.000	.710**	.696**	.692**
$X_2$	.540**	.710**	1.000	.685**	.641**
$X_3$	.581**	.696**	.685**	1.000	.721**
$X_4$	.524**	.692**	.641**	.721**	1.000

\*\* Correlation is significant at the 0.01 (2 – tailed)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ลักษณะความสามารถเข้าใจได้ ( $X_1$ ) ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ( $X_2$ ) ลักษณะความเชื่อถือได้ ( $X_3$ ) และความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ( $X_4$ ) มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.5 ถึง 0.8 โดยค่าที่ได้เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก และคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูง คือ ลักษณะความเชื่อถือได้กับลักษณะความสามารถเปรียบเทียบกันได้ (.721) ส่วนตัวแปรตาม คือ ภาพลักษณ์ของบริษัท พบว่า มีความสัมพันธ์กับลักษณะความเชื่อถือได้มากที่สุด (.581)

**ตารางที่ 4.22** ผลการวิเคราะห์ถดถอยของภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับลักษณะความสามารถเข้าใจได้ ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ลักษณะความเชื่อถือได้ และความสามารถเปรียบเทียบกันได้

ตัวแปรต้น	B	Std. Er.	Beta	t	Sig.
ลักษณะความสามารถเข้าใจได้	0.509	0.070	0.509	7.225	0.000
ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.534	0.070	0.534	7.618	0.000
ลักษณะความเชื่อถือได้	0.552	0.070	0.552	7.852	0.000
ความสามารถเปรียบเทียบกันได้	0.516	0.073	0.516	7.029	0.000
R = .624 R <sup>2</sup> = .389 R <sup>2</sup> <sub>adjusted</sub> = .370 F = 20.406 Sig. = .000 Sample Size 133					

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ในภาพรวมของผู้จัดทำบัญชีทั้งหมด โดยมีตัวแปรต้นทั้ง 4 ตัว เมื่อวิเคราะห์ถดถอยของภาพลักษณ์ของบริษัทกับลักษณะความสามารถเข้าใจได้ ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ลักษณะความเชื่อถือได้ และความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ด้วยวิธี Enter จะสามารถร่วมกันอธิบายภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ ร้อยละ 62.4 ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า มีตัวแปรต้นบางตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า เบต้า พบว่า ตัวแปรต้นที่ส่งผลมากที่สุด คือ ลักษณะความเชื่อถือ หมายความว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทมีความสัมพันธ์กับลักษณะความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน

**สรุป** จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ดังกล่าว พบว่า ลักษณะภูมิหลังของผู้บริหาร ฝ่ายบัญชีที่ต่างกันส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชี การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี ในด้าน การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานทางการเงินที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อลักษณะคุณภาพกำไร และคุณภาพกำไรของบริษัทในด้านลักษณะความสามารถเข้าใจได้ ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ลักษณะความเชื่อถือได้และ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท จึงยอมรับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี(ผู้บริหารฝ่ายบัญชี) ในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี ความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากประชากรจริง คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท หรือ ผู้จัดทำบัญชีของบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 133 ราย

#### สรุปผลการวิจัย

##### 5.1 คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท หรือ ผู้จัดทำบัญชีของบริษัท

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัท เป็นชาย ร้อยละ 27.8 และ หญิง ร้อยละ 72.2 ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปี ร้อยละ 60.9 รองลงมาอายุ 36 – 40 ปี ร้อยละ 24.8 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.1 รองลงมาสถานภาพโสด ร้อยละ 45.9 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 56.4 รองลงมาปริญญาตรี ร้อยละ 43.6 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 63.2 รองลงมามีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11 – 15 ปี ร้อยละ 21.8 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 32.3 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,000 - 75,000 บาท ร้อยละ 28.6 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชี ร้อยละ 44.4 รองลงมามีตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 25.6

##### 5.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนมีทุนจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย น้อยกว่า 1,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมามีทุนจดทะเบียนมากกว่า 1,000 – 3,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาจำนวนพนักงานมากกว่า 500 – 1,500 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีรายได้ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ

49.6 รองลงมามีรายได้มากกว่า 4,500 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมามีสินทรัพย์รวมมากกว่า 20,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 10 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.6 ส่วนใหญ่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่เคยได้รับรางวัล บริษัทดีเด่น หรือรางวัลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 55.6 และเคยได้รับรางวัล บริษัทดีเด่น หรือรางวัลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 44.4

### 5.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### 5.3.1 ด้านการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์รายการต่างๆ ที่เกิดขึ้นก่อนการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบและชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบันทึกรายการทุกรายการที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจและภาระผูกพันของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.1 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจะบันทึกรายการทันที เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรและภาระผูกพันของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4 และผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีการจำแนกรายการต่างๆ เกี่ยวกับ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุน รายได้ หรือค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจนและเป็นระบบ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชีโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

#### 5.3.2 การวัดมูลค่ารายการเพื่อกำหนดมูลค่าในการจดบันทึก

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการกำหนด และวัดมูลค่าในระบบบัญชีของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.7 ให้ความสำคัญในการวัดมูลค่ารายการต่างๆ กิจการให้ความสำคัญและใช้ประโยชน์จากมาตรฐานบัญชีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.4 เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจการมีการวิเคราะห์ วินิจฉัยและรวบรวมประเด็นของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อใช้วัดมูลค่าของรายการทางบัญชี อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 69.9 เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจการมีการใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่เกี่ยวข้องมาปรับประยุกต์ เพื่อใช้วัดมูลค่าของรายการทางบัญชีต่างๆ อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก และ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับ



การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่มีความสม่ำเสมอในการวัดมูลค่า อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.9

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านการวัดมูลค่ารายการเพื่อกำหนดมูลค่าในการจัดบันทึกโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

### 5.3.3 การจัดทำและนำเสนอรายงานการเงิน

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีการศึกษามาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินเพื่อให้การนำเสนอรายงานดังกล่าวมีความถูกต้องชัดเจนและได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอก อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.1 มีการประยุกต์ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลในรายงานการเงินตามมาตรฐานการบัญชีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ของกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 67.7 การเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมสาระสำคัญอย่างครบถ้วนถูกต้อง และชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.6 และ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลและเปิดเผยข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างชัดเจน และครบถ้วน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.4

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านการจัดทำและนำเสนอรายงานการเงินโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

## 5.4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### 5.4.1 ความเข้าใจได้ในรายงานการเงิน

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจะนำเสนอข้อมูลทางการเงินบัญชีที่ช่วยให้ผู้ใช้งบเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเชื่อมั่นว่างบการเงินของกิจการเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินที่มีความรู้พื้นฐานอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.1 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าการมีข้อมูลทางการเงินทำให้เห็นถึงลักษณะความคงอยู่ และผลการดำเนินงานของกิจการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 และผู้บริหารฝ่ายบัญชีคิดว่าการนำเสนอรายงานทางการเงินที่ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ใช้งบการเงินเพื่อประโยชน์สูงสุดในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.1

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความเข้าใจได้โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหาร ฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

#### 5.4.2 ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจในครั้งก่อนและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจในอนาคตได้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.1 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.0 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าการมีข้อมูลทางการบัญชีที่ช่วยในการคาดคะเนหรือยืนยันเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.5 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่า การมีข้อมูลทางการบัญชีที่พร้อมนำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องได้ตามความต้องการของผู้ใช้งบการเงิน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.8 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8 และ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีโดยคำนึงถึงผลกระทบของการแสดงข้อมูลต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.3 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.0

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

#### 5.4.3 ความเชื่อถือได้ในรายงานการเงิน

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าการแสดงรายการและเหตุการณ์ทางการบัญชีที่น่าเชื่อถือโดยคำนึงถึงความชัดเจน ความแน่นอน และความสมเหตุสมผล ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีโดยมุ่งเน้นการนำเสนองบการเงินตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 เห็นว่าการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและปราศจากความลำเอียงโดยข้อมูลทางการบัญชีจะสะท้อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 63.9 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีเห็นว่าการใช้ดุลพินิจอย่างเป็นระบบและชัดเจนในการประมาณการความไม่แน่นอนเพื่อไม่ให้สินทรัพย์และรายได้สูงเกินไป หนี้สินและค่าใช้จ่ายต่ำเกินไป อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 62.4

และผู้บริหารฝ่ายบัญชี เห็นว่า กิจกรรมมีการพิจารณาถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุน และประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีต่างๆ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.9

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความเชื่อถือได้โดยรวม ของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

#### 5.4.4 ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ในรายงานการเงิน

ผู้บริหารฝ่ายบัญชี เห็นว่ากิจกรรมนำเสนองบการเงินซึ่งแสดงการเปรียบเทียบงบการเงินระหว่างงวดบัญชีหรือระหว่างกิจการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.1 ส่วนใหญ่ เชื่อมั่นว่าการเปรียบเทียบงบการเงินทำให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน กระแสเงินสด และสามารถคาดการณ์แนวโน้มดังกล่าวได้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.6 ในการเปรียบเทียบงบการเงินกิจการให้ความสำคัญกับวิธีการทางการบัญชีที่ประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งบการเงินในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจข้อมูลทางการบัญชีดังกล่าว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.4 และ เห็นว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีจากงวดหนึ่งไปอีกงวดหนึ่ง กิจการ ได้แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่องบการเงิน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นในด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

#### 5.5 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้รับการยอมรับจากลูกค้าและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องว่าเป็นบริษัทที่มีการดำเนินงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.9 การได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจัดการดีเด่น บริษัทธรรมาภิบาลหรือรางวัลอย่างอื่นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.6 มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและบริการที่ดี อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.9 การมีกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 48.1 มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 58.6 ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทำให้ลูกค้าเก่ายังเต็มใจใช้บริการจากกิจการและแนะนำลูกค้าใหม่ให้อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 63.2 การนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ลูกค้าของกิจการยินดีทดลองใช้สินค้าใหม่อย่างเต็มใจ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.1 ชื่อเสียงและ

ประสบการณ์ของคณะกรรมการบริหารได้รับการยอมรับจากบุคลากรภายนอก อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 พนักงานมีความจงรักภักดีต่อกิจการอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 พนักงานมีหลักเกณฑ์ในการทำงาน โดยคำนึงถึงการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.2 พนักงานมีความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 67.7 การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 58.6 และผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติในด้านความซื่อสัตย์และจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเป็นระบบและชัดเจนตลอดจนมีการประกาศอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.9

เมื่อพิจารณาจากคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายบัญชี พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

## 5.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีที่ต่างกันจะส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชีที่แตกต่างกันไม่ทำให้การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีแตกต่างกัน แต่มีปัจจัยทางระดับการศึกษาเพียงตัวเดียวที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษาของผู้จัดทำบัญชีที่ต่างกันทำให้การประยุกต์ใช้มาตรฐานทางบัญชีแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตัวแปรคุณลักษณะและภูมิหลังของผู้จัดทำบัญชี ด้วยการพิจารณาจากค่าของ Beta พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีมากที่สุดคือ สถานภาพสมรส (.239) รองลงมา คือ ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี (.219) และระดับการศึกษา (.205) ตามลำดับ และตัวแปรคุณลักษณะและภูมิหลังสามารถใช้ในการทำนายตัวแปรตาม คิดเป็นร้อยละ 34.7 จึงยอมรับสมมติฐานนี้

**สมมติฐานที่ 2** การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีในด้าน การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อลักษณะคุณภาพกำไร ผลการวิเคราะห์ พบว่า ในภาพรวมของผู้จัดทำบัญชีทั้งหมด โดยมีตัวแปรต้นทั้ง 3 ตัว เมื่อวิเคราะห์ถดถอยของลักษณะคุณภาพกำไรกับการเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน ด้วยวิธี Enter สามารถร่วมกันอธิบายลักษณะคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ ร้อยละ 79.3 ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า มีตัวแปรต้นบางตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม เมื่อ

พิจารณาค่า เบต้า พบว่า ตัวแปรต้นที่ส่งผลมากที่สุด คือ การจัดทำนำเสนอรายงานการเงิน หมายความว่า ลักษณะคุณภาพกำไรของบริษัทมีความสัมพันธ์กับการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินของผู้จัดทำบัญชี จึงยอมรับสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 3** ลักษณะความสามารถเข้าใจได้ในรายงานการเงิน ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในรายงานการเงิน และลักษณะความเชื่อถือได้ในรายงานการเงินที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ผลการวิเคราะห์ พบว่า ในภาพรวมของผู้จัดทำบัญชีทั้งหมด โดยมีตัวแปรต้นทั้ง 4 ตัว เมื่อวิเคราะห์ถดถอยของภาพลักษณ์ของบริษัทกับลักษณะความสามารถเข้าใจได้ ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ลักษณะความเชื่อถือได้ และความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ด้วยวิธี Enter จะสามารถร่วมกันอธิบายภาพลักษณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ ร้อยละ 62.4 ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า มีตัวแปรต้นบางตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า เบต้า พบว่า ตัวแปรต้นที่ส่งผลมากที่สุด คือ ลักษณะความเชื่อถือได้ หมายความว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทมีความสัมพันธ์กับลักษณะความเชื่อถือได้ในรายงานการเงินของบริษัท จึงยอมรับสมมติฐาน

**สรุป** จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ดังกล่าว พบว่า คุณลักษณะและภูมิหลังของผู้บริหารฝ่ายบัญชีที่ต่างกันส่งผลกระทบต่อการใช้มาตรฐานทางบัญชี การใช้มาตรฐานการบัญชีในด้าน การเลือกรายการเพื่อบันทึกบัญชี การวัดมูลค่ารายการ และการจัดทำนำเสนอรายงานการเงินที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อลักษณะคุณภาพกำไร และคุณภาพกำไรของบริษัทในด้านลักษณะความสามารถเข้าใจได้ในรายงานการเงิน ลักษณะความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในรายงานการเงิน ลักษณะความเชื่อถือได้ในรายงานการเงิน และลักษณะความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯจึงยอมรับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ

### อภิปรายผล

แม้บทการบัญชีได้กำหนดวัตถุประสงค์ของงบการเงินว่า งบการเงินเป็นสิ่งสะท้อนถึงผลการบริหารงานของฝ่ายบริหารในการบริหารทรัพยากรของกิจการ โดยการจัดประเภทของรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีตามลักษณะเชิงเศรษฐกิจ อันเป็นผลมาจากการรวบรวมข้อมูลทางการเงินที่บันทึกไว้แล้ว และที่ยังไม่ได้บันทึกไว้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของกิจการอันเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ งบการเงินที่กิจการจัดทำขึ้นจะถือว่าได้จัดทำเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปก็ต่อเมื่องบการเงินนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดทุกข้อในมาตรฐานการบัญชีที่ต้องนำมา

ปฏิบัติ โดยงบการเงินจะแสดงข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรก็ต่อเมื่อกิจการนำมาตราฐานการบัญชีมาใช้ปฏิบัติอย่างเหมาะสม และมีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อจำเป็นในทุกกรณีที่มีสาระสำคัญ โดยแม่บทการบัญชีได้กำหนดลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินไว้ว่า งบการเงินที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจต้องประกอบด้วยลักษณะเชิงคุณภาพ การนำลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินมาใช้ช่วยให้งบการเงินมีความถูกต้องตามควรซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินตามวัตถุประสงค์

แม่บทการบัญชีได้กำหนดลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินไว้ 4 ประการ ดังนี้ 1. ความเข้าใจได้ (Understandability) 2. ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) 3. ความเชื่อถือได้ (Reliability) และ 4. การเปรียบเทียบกันได้ (Comparability) ผลการศึกษาวิจัยผลกระทบของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร และภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีพบว่า การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพกำไร ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดตามแม่บทการบัญชี และมีผลการวิจัยในอดีตที่สอดคล้องกับผลการศึกษาผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร ดังนี้ ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรของ ศันสนีย์ สุริยเชิดชูสกุล (2548) พบว่า “การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเกี่ยวกับค่าความนิยมที่รับรู้ และแสดงอยู่ในงบการเงิน ณ งวดปัจจุบันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในอนาคตตลอด 3 ปีที่ทำการศึกษา” วรศักดิ์ ทูมมานนท์(2549) พบว่า “การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีโดยการนำข้อกำหนดของ IAS 39 มาถือปฏิบัติกับการประเมินการด้อยค่าของสินเชื่อ ทำให้กำไรสุทธิโดยรวมของสถาบันการเงิน 12 แห่ง ลดลง การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชี ทำให้บริษัทมีกำไรเพิ่มขึ้น หรือขาดทุนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และหากมีการเปลี่ยนวิธีการบันทึกบัญชีเงินลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมในงบการเงินเฉพาะกิจการจากวิธีส่วนได้เสียเป็นวิธีราคาทุน ทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทส่วนใหญ่ลดลง” และ Duangploy and Gray (2007) พบว่า

“ การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศญี่ปุ่น ทำให้การคาดการณ์กำไรของนักวิเคราะห์ และฝ่ายบริหารมีความถูกต้องลดลง เนื่องจากการนำมาตราฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาใช้ในประเทศญี่ปุ่นช่วยเพิ่มระดับของความโปร่งใส” และการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ยูพาพร ไชยศรีเฉลิมพล(2548) ซึ่งสรุปว่า “คุณภาพกำไรตามวิธีรายการคงค้างรวมเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน เนื่องจากตรวจสอบแล้วพบว่า มีอำนาจในการพยากรณ์กระแสเงินสดได้มากที่สุด” สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อมรา ดิรศรีวัฒน์(2549) ซึ่งพบว่า “ คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินประกอบด้วย 11 คุณลักษณะ มีคุณลักษณะตามมาตรฐานการบัญชี 6 ลักษณะ ได้แก่ ความ

เป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความครบถ้วนสมบูรณ์ ความเป็นกลาง ความสุขุมรอบคอบ ความสามารถในการตรวจสอบได้ และความมีเนื้อหาสาระสำคัญกว่ารูปแบบ” และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ Schipper and Vincent(2003) ซึ่งสรุปว่า “คุณภาพกำไรคือ ข้อมูลกำไรที่มี ลักษณะเชิงคุณภาพ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความสามารถเปรียบเทียบกันได้ และความ เชื่อถือได้ โดยที่ความเชื่อถือได้ประกอบด้วย ข้อมูลกำไรต้องเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม สะท้อน เนื้อหาเชิงเศรษฐกิจ ” ซึ่งผลการศึกษาวิจัยทั้งหมดข้างต้น ได้สรุปความหมายของคุณภาพกำไร สอดคล้องกับ ลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินตามแนวคิดในแม่บทการบัญชีที่กำหนดโดยสภา วิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลกำไรมีผลการศึกษาที่สอดคล้องกันคือ ผลการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลกำไรของ พรรณีภา ครุวรรณพัฒน์(2548) พบว่า “รายการคงค้างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับกำไรในอนาคต และนักลงทุนให้ความสนใจในกำไร ของกิจการ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น” อรวรรณ ยลระบิล(2549) พบว่า “นักวิเคราะห์ หลักทรัพย์ และนักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อกำไรขาดทุน และข้อมูลที่แสดงอยู่ในงบ กำไรขาดทุนมากกว่างบการเงินอื่น” และ Dechow (1995) พบว่า “ผลกระทบจากการใช้เกณฑ์คง ค้าง ทำให้ข้อมูลกำไรสุทธิสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตได้ดีกว่าข้อมูลของกระแส เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน”

ผลการศึกษาผลกระทบของคุณภาพกำไร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่ง ภาพลักษณ์ในงานวิจัยเรื่องนี้หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่ง บุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร ซึ่งในที่นี้หมายถึง ภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาพในใจดังกล่าวอาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของบุคคลนั่นเอง โดยพบว่า คุณลักษณะคุณภาพกำไรในรายงานการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของกิจการ รายงาน การเงินของกิจการจัดเป็นการติดต่อสื่อสารชนิดหนึ่งของกิจการ คุณภาพกำไรในรายงานการเงินจึง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกิจการ โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีต ดังนี้ ผลการศึกษา ของ ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ เบญจวรรณ ชาติจอหอ และจิระทัศน์ ชิตทรงสวัสดิ์ (2550) พบว่า “ความเชื่อมั่นต่อบการเงินมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท” และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ เอี่ยมพร ลือกิตติศัพท์(2536) ทัศนรัตน์ หงส์วรรณันท์(2550) และ Chattananon et al. (2007) ที่พบว่า “ การติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกิจการ” ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่ มีผลต่อภาพลักษณ์ของกิจการพบว่า “ ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารมีผลต่อภาพลักษณ์ของกิจการ”

ประกอบด้วยผลการศึกษาของ สมัยศึก ถนัดสอน(2541) มจรูดา มากสมบุญ(2544) ศัลยา อักษรมัด(2544) ปาริชาติ อินทร์ประดับ( 2546) รวีวรรณ เลียดทอง(2550) และเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว(2551) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกิจการ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความถี่ของการใช้บริการของลูกค้า กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการประชาสัมพันธ์ เป็นข้อสรุปจากผลการศึกษาของมจรูดา มากสมบุญ( 2544) ทศนีย์ แจสุรภาพ(2548) เบญจวรรณ ช่อสัจย์(2552) และอำนาจ สุขสุเดช(2534) ตามลำดับ.

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยโดยผู้ทำการวิจัย

1.1 ควรให้ผู้จัดการฝ่ายบัญชี หรือผู้ทำบัญชีได้มีโอกาสไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพราะจากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพ และ ระดับการศึกษาของผู้จัดการฝ่ายบัญชีเป็นตัวแปรที่กระทบต่อการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรในรายงานการเงิน และมีผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้กับกิจการ

1.2 คุณภาพของกำไรในรายงานทางการเงินมีความสัมพันธ์กับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับการจัดทำและนำเสนองบการเงินของกิจการ มาตรฐานการบัญชีจึงจำเป็นต้องกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของกิจการและอยู่บนพื้นฐานของความแตกต่างกันในบริบท สถานที่ เวลา และองค์ประกอบอื่นๆ เพื่อให้รายงานทางการเงินสะท้อนฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงินได้ใกล้เคียงกับสภาพที่แท้จริงของกิจการเพื่อให้ข้อมูลในรายงานการเงินมีลักษณะเชิงคุณภาพคือ เข้าใจได้ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้ และมีความสามารถเปรียบเทียบกันได้ เพื่อประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินอันจะนำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ใช้งบและผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกิจการในที่สุด

1.3 ในปัจจุบันสภาวิชาชีพบัญชีอยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไขมาตรฐานการบัญชีให้ตรงตาม มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (IFRS) ที่มีการแก้ไขใหม่และได้ทยอยประกาศใช้แล้วบางฉบับ ผลจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรโดยตรง ดังนั้นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี และผู้ทำบัญชีจะต้องทำความเข้าใจและนำมาตรฐานเหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีลักษณะเชิงคุณภาพ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจกับผู้ใช้งบและผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการและจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมต่อไป



## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยวัดความสัมพันธ์ของคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของกิจการกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานบัญชี ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร เช่น รายการตามเกณฑ์คงค้าง ความสามารถประมาณค่ากำไรของปีปัจจุบัน ความสามารถพยากรณ์กำไรในอนาคต เป็นต้น

2.2 การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของกิจการ โดยไม่ได้ศึกษาจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจำแนกกลุ่มบริษัทตามลักษณะของธุรกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสถาบันการเงิน ฯลฯ จะช่วยให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมตามลักษณะของธุรกิจในแต่ละประเภทว่า ปัจจัยอะไรที่ทำให้เกิดความแตกต่างของการประยุกต์ใช้มาตรฐานบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและภาพลักษณ์ของกิจการในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบของการปรับปรุงแก้ไขมาตรฐานการบัญชีไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (IFRSs) ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งบการเงิน ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี และผู้ทำบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นอกจากนี้ควรศึกษาในเชิงลึกถึงผลของการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีของแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์เปรียบเทียบการประยุกต์ใช้ในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

## บรรณานุกรม

- กัญญรัตน์ หงส์วรรณท์. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรกับภาพลักษณ์ในใจ  
 ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลค่ายญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร :  
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2550.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การคิดเชิงประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : ชัคเชสมิเดีย, 2546.
- เกศชนก ใจกระจ่าง. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับ  
 ค่าตอบแทนและโครงสร้างความเป็นเจ้าของของคณะกรรมการบริษัทกับผลการดำเนินงาน  
 ทางการเงินของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.  
 วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- เดชนันต์ บังกิโล. ความระมัดระวังของกำไรทางบัญชี กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนที่ไม่ใช่กลุ่ม  
 บริษัททางการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ทิพวรรณ แซ่ล่อ. เสถียรภาพของข้อมูลบัญชีกับความสามารถในการอธิบายผลตอบแทน  
 หลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงก่อนและหลังวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของบริษัทในกลุ่ม  
 อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.  
 วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- นิมนวล เขียวรัตน์. ผลกระทบของการประกาศกำไรสุทธิทางบัญชีต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัท  
 จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีความแตกต่างในความพร้อมของ  
 ข้อมูล. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุยฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ. “บทบาทของผู้สอบบัญชีในการกำกับดูแลกิจการ”. วารสารการกำกับดูแล  
 กิจการที่ดี. ปีที่1, ฉบับที่ 1(2548) : หน้า138-139
- “บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก  
<http://www.sec.or.th>, สืบค้น 22 พฤษภาคม 2551.
- ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ, เบญจวรรณ ชาติจอหอ และ จิระทัศน์ ชิตทรงสวัสดิ์ “ผลกระทบของ  
 การกำกับดูแลกิจการที่ดีและความเชื่อมั่นต่อการเงินต่อภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียน  
 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย”วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่ 26, 3 (2550): 31-43.
- ประจวบ อินอ้อด . เขาทำประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย, 2532

- ปัญญา ว่องพรรณงาม. การหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับขนาดของธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2543.
- ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์. การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถของกำไรทางบัญชีและมูลค่าตามบัญชีในการใช้อธิบายราคาหลักทรัพย์หุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. “ ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ ” ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พรทิพย์ พิมลสินธุ์ บรรณาธิการ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2533.
- พรรณนิภา ครุวรรณพัฒน์. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างกับกำไรและผลตอบแทนของหุ้นในอนาคต. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- พรรณนิภา รอดวรรณะ. ผลกระทบต่อการตอบสนองในตลาดของมาตรการการเปลี่ยนแปลงการบัญชีเงินลงทุนในหุ้นจากวิธีราคาทุนเป็นวิธีส่วนได้ส่วนเสีย : การศึกษาเชิงประจักษ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. “ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- พรสิริ ปุณเกษม และเพ็ญธิดา พงษ์ธานี. คุณลักษณะของกรรมการและกรรมการตรวจสอบที่มีผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548.
- พีระ จิรโสภณ. “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน” ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 9-15. นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540.
- พระราชบัญญัติการบัญชี ปี 2543 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http: www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th). 2543 . สืบค้น 10 มีนาคม 2551.
- เมธากุล เกียรติกระจาย. ทฤษฎีการบัญชี. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- ยศนันท์ ทระนั้นทสิน. การวิเคราะห์คุณภาพกำไรของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ กรณีศึกษาธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2543.

- ยุพาพร ไชยศรีเฉลิมพล. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไร รายการคงค้าง และกระแสเงินสด การวิจัยเชิงประจักษ์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. [ม.ป.ท.] : วิทยาลัยโปลีเทคนิค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2548.
- วรศักดิ์ ทูมมานนท์. “การศึกษาประเด็นที่สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งสั่งให้แก้ไขงบการเงิน หรือจัดให้มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษของบริษัทจดทะเบียนในช่วงปี 2546-2548”. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 27, 104 (2548) : 1-40.
- วรศักดิ์ ทูมมานนท์. “ผลกระทบของการนำข้อกำหนดของ IAS 39 มาถือปฏิบัติกับการประเมินการด้อยค่าของสินเชื่อบริษัทการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย”. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 29, 114 (2550): 38-61.
- วรศักดิ์ ทูมมานนท์. “ผลกระทบของการนำนโยบายการบัญชีภาษีเงินได้รอตัดบัญชีมาถือปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2538-2549”. วารสารวิชาชีพบัญชี. 3, 7 (2550).
- วรศักดิ์ ทูมมานนท์. “ผลกระทบที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนหากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีเกี่ยวกับการบันทึกเงินลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมในงบการเงินเฉพาะกิจการจากวิธีส่วนได้เสียเป็นวิธีราคาทุน”. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 29, 112 (2550) :33-62
- วรสิทธิ์ อภิวัฒน์เสวี. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่มีสาระสำคัญกับอัตราผลตอบแทนผิดปกติของบริษัทขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 9 ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์, 2540.
- ศุภชัย ตั้งบุญธินา. ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของงบการเงินในมุมมองของนักลงทุน. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- ศันสนีย์ สุริยเชิดชูสกุล. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าความนิยมกับผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ศิริกุล ลีมัลลัจกร. กระบวนการสร้างภาพพจน์โดยผ่านสื่อมวลชนของรถยนต์ บีเอ็มดับเบิลวีซีรีส์ 5 ใหม่. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. แม่บทการบัญชี. กรุงเทพมหานคร: สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2552 .

- สมชาย สุภัทรกุล. “เป้าหมายตัวเลขกำไรและการโน้มหน้าความคาดหวัง”. **วารสารกระบวนทัศน์ วิชาชีพบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ**. ปีที่ 1 ,ฉบับที่ 1 (2548): หน้า88-89.
- สันติมา เกษมสันติ ณ อยุธยา. **ภาพลักษณ์องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สุริ วังแก้ววิชและคนอื่น ๆ. “ผลกระทบของมาตรฐานการบัญชีไทยในการนำไปปฏิบัติ”. **วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**. 26, 100 (2547):1-13
- สุภาพร แซ่มซ้อย. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนโยบายการบัญชีที่สำคัญสำหรับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- สุมาลี ลิ้มตั้ง. **การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสารเรื่องธรรมชาติบำบัดของผู้ดูแลสุขภาพแบบธรรมชาติบำบัดในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- หนึ่งฤทัย นครพิน. **ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการบริหารในการรับรู้การด้อยค่าของสินทรัพย์ของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- อนุพนธ์ เฟื่องแป้น. **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของข้อมูลในการประกาศรายงานทางบัญชีกับราคา และปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และจิระเสกข์ ศรีเมฆสุนทร. “การบริหารภาพลักษณ์บริษัท”. **วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์**. 45, 2 (2548)
- อมรา ตีระศรีวัฒน์. “ปัจจัยที่มีต่อความน่าเชื่อถือของรายงานการเงินตามทัศนคติของนักวิเคราะห์การลงทุนไทย”. **วารสารวิชาชีพบัญชี**. 2, 1 (2549)
- อรพรรณ อรรถชัยภูษิต. **ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำและการวิเคราะห์งบกระแสเงินสดของบริษัทจำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- อรพรรณ ยลระนิล. “วิธีการนำเสนอข้อมูลในงบการเงินและผลกระทบต่อการตัดสินใจ และดุลยพินิจของผู้ใช้งบการเงิน”. **วารสารวิชาชีพบัญชี**. 2, 1 (2549)
- Aaker, A., Kumar, V. and Say, S. **Marketing research**. New York: John Wiley and Son, 2001.
- Apisit Chattananon et al. “Building corporate image through societal marketing programs”. **Society and Business Review**. Bradford,2,3(2007)

- Ball, R., Robin, A. and Wu, J.S. **Incentive Versus. Standard: Properties of Accounting Income in Four East Asian**, 2000.
- Boonlert – U -Thai et al. “Earnings attributes and investor-protection : International evidence”. **International journal of Accounting**. 141,4(2006)
- Countries, and Implication for Acceptance of IAS**. Working Paper. University of Rochester.
- Dechow p.m., R. Q. Sloan and A. P. Sweeney. “Detecting Earning Management”. **Journal of Accounting Review**.V,N (1995): 193-225.
- Duangploy Oragin and Gray Dahli. Big Bang “Accounting reform in japan: Financial Analyst Earning forecast Accuracy Declines as the Japanese”. **Journal of Advances in International Accounting**. 20,[19--]: 179-200.
- Francis et al. “Cost of Equity and Earnings Attributes”. **The Accounting Review**.79, 4(2004):967-1010.
- Kenneth. Boulding E. The Image. **Knowledge in life and society**. Ann Arbor: The University of Michican, 1975.
- Klapper, Joseph T. **The Effects of Mass Communication**. New York: The Free Press, 1960.
- Lee, F., Lee, C. and Lee, A. **Statistics for Business and Financial Economics**. 2<sup>nd</sup> Ed., Singapore: World Scientific, 2000.
- Leuz et. al. “Earning management and investor protection : an international comparison”. **Journal of Financial Economics** 69,2003.
- Nunnally, C. **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill, 1978.
- Offeren, D.V. **Accounting for changing price in Dutch annual reports**. Advances in international Accounting 3: 87-106, 1990.
- Peetathawatchai et. al. “A Study of practical Applications of Accounting Standard on Impairment of Assets in Thai Listed Companies Paper presented at the 5<sup>th</sup>” **Annual Conference on Asain Academic Accounting Association**, Anoma Hotel, Bangkok Thailand.
- Schipper and Vincent. “Earning Quality”. From: Accounting Horizons ;2003;17, ABI/INFORM Global, 2003: 97 -110 สืบค้น 15 มกราคม 2551.
- Van Riel, C.B.M. **Principles of corporate communication**. London, UK: Prentice-Hall, 1995.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ผลกระทบจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไร  
และภาพลักษณ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง :** โปรดกาเครื่องหมาย (✓) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) น้อยกว่า 30 ปี

( ) 30 – 35 ปี

( ) 36 – 40 ปี

( ) มากกว่า 40 ปี

3. สถานภาพ

( ) โสด

( ) สมรส

( ) หม้าย

( ) หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงานด้านการบัญชี

( ) น้อยกว่า 5 ปี

( ) 5 - 10 ปี

( ) 11 - 15 ปี

( ) มากกว่า 15 ปี

6. รายได้ต่อเดือน

( ) ต่ำกว่า 50,000 บาท

( ) 50,000 – 75,000 บาท

( ) 75,001 – 100,000 บาท

( ) มากกว่า 100,000 บาท

7. ตำแหน่ง

( ) ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี

( ) ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน

( ) ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

( ) อื่น ๆ.....

**ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**

1. ประเภทของธุรกิจ

( ) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

( ) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

( ) กลุ่มทรัพยากร

( ) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

( ) กลุ่มธุรกิจการเงิน

( ) กลุ่มเทคโนโลยี

( ) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

( ) กลุ่มบริการ

2. ทุนจดทะเบียน

( ) ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท

( ) มากกว่า 1,000 – 3,000 ล้านบาท

( ) มากกว่า 3,000-5,000 ล้านบาท

( ) มากกว่า 5,000 ล้านบาท

3. จำนวนพนักงาน

- ( ) น้อยกว่า 500 คน ( ) มากกว่า 500 – 1,500 คน  
( ) มากกว่า 1,500 – 2,500 คน ( ) มากกว่า 2,500 คน

4. รายได้ของบริษัท

- ( ) ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาท ( ) มากกว่า 2,500 – 3,500 ล้านบาท  
( ) มากกว่า 3,500- 4,500 ล้านบาท ( ) มากกว่า 4,500 ล้านบาท

5. สินทรัพย์รวม

- ( ) ต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท ( ) มากกว่า 5,000 – 10,000 ล้านบาท  
( ) มากกว่า 10,000-20,000 ล้านบาท ( ) มากกว่า 20,000 ล้านบาท

6. ระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจ

- ( ) น้อยกว่า 10 ปี ( ) 10 – 20 ปี  
( ) 21 – 30 ปี ( ) มากกว่า 30 ปี

7. บริษัทเคยได้รับรางวัล “บริษัทจัดการดีเด่น” หรือรางวัลอื่นๆที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่

- ( ) เคย ( ) ไม่เคย

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของบริษัท

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

การจัดทำบัญชี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. บริษัทให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์รายการต่างๆ ที่เกิดขึ้นก่อนการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบและชัดเจน					
2. บริษัทมีการบันทึกรายการทุกรายการที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจและภาระผูกพันของบริษัท					
3. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรและภาระผูกพันของบริษัท บริษัทจะมีการบันทึกรายการทันที					

การจัดทำบัญชี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
4. บริษัทมีการจำแนกรายการต่าง ๆ เกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สิน ทุน รายได้ หรือค่าใช้จ่าย อย่างชัดเจนและเป็นระบบ					
5. บริษัทมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการกำหนดและวัดมูลค่าในระบบบัญชีของบริษัท					
6. ในการวัดมูลค่ารายการต่าง ๆ กิจการให้ความสำคัญและใช้ประโยชน์จากมาตรฐานบัญชีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง					
7. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ บริษัทมีการวิเคราะห์ วิจัย และรวบรวมประเด็นของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อใช้วัดมูลค่าของรายการทางบัญชี					
8. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ บริษัทมีการใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่เกี่ยวข้องมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อการวัดมูลค่าของรายการบัญชีต่าง ๆ อย่างเหมาะสม					
9. บริษัทให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่มีความสม่ำเสมอในการวัดมูลค่า					
10. บริษัทมีการศึกษามาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงิน เพื่อให้การนำเสนอรายงานดังกล่าวมีความถูกต้อง ชัดเจนและได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอก					
11. บริษัทมีการประยุกต์ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลในรายงานการเงินตามมาตรฐานการบัญชีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ของบริษัท					

การจัดทำบัญชี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
12. ในการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินนั้นบริษัทคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมสาระสำคัญอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน					
13. บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลและเปิดเผยข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างชัดเจนและครบถ้วน					

**ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำรายงานการเงินของบริษัท**

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นในแต่ละเรื่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

การจัดทำรายงานการเงิน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. บริษัทนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ช่วยให้ผู้ใช้งบเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน					
2. บริษัทเชื่อมั่นว่างบการเงินของบริษัทเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินที่มีความรู้พื้นฐานอย่างเพียงพอ					
3. บริษัทมีข้อมูลทางการบัญชีที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะความคงอยู่ และผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างชัดเจน					
4. บริษัทนำเสนอรายงานทางการบัญชีที่ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ใช้งบการเงินเพื่อประโยชน์สูงสุดในการตัดสินใจ					

การจัดทำรายงานการเงิน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
5. บริษัทนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจในครั้งก่อนและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจในอนาคตได้					
6. บริษัทมีข้อมูลทางการบัญชีที่ช่วยในการคาดคะเนหรือยืนยันเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต					
7. บริษัทมีข้อมูลทางการบัญชีที่พร้อมนำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องได้ตามความต้องการของผู้ใช้งบการเงิน					
8. บริษัทมีการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีโดยคำนึงถึงผลกระทบของการแสดงข้อมูลต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน					
9. บริษัทมีการแสดงรายการและเหตุการณ์ทางการบัญชีที่น่าเชื่อถือโดยคำนึงถึงความชัดเจน ความแน่นอน และความสมเหตุสมผลตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป					

การจัดทำรายงานการเงิน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
10. บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีโดยมุ่งเน้นการนำเสนองบการเงินตามเนื้อหาและความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ					
11. บริษัทมีการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและปราศจากความลำเอียงโดยข้อมูลทางบัญชีจะสะท้อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง					
12. บริษัทมีการใช้ดุลพินิจอย่างเป็นระบบและชัดเจนในการประมาณการความไม่แน่นอนเพื่อไม่ให้สินทรัพย์และรายได้สูงเกินไป และหนี้สินและค่าใช้จ่ายต่ำเกินไป					
13. บริษัทมีการพิจารณาถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับต้นทุนและประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเสนอข้อมูลทางการเงินทางบัญชีต่าง ๆ					
14. บริษัทมีการนำเสนองบการเงินซึ่งแสดงการเปรียบเทียบงบการเงินระหว่างงวดบัญชีหรือระหว่างบริษัท					
15. บริษัทเชื่อมั่นว่าการเปรียบเทียบงบการเงินทำให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน กระแสเงินสด และสามารถคาดการณ์แนวโน้มดังกล่าวได้					
16. ในการเปรียบเทียบงบการเงินบริษัทให้ความสำคัญกับวิธีการทางการเงินบัญชีที่ประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งบการเงินในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจข้อมูลทางการเงินบัญชีดังกล่าว					
17. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีจากงวดหนึ่งไปอีกรวดหนึ่ง บริษัทได้แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงต่องบการเงิน					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัท

คำชี้แจง: โปรดกาเครื่องหมาย (✓) ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ผลการดำเนินงานขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. บริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้าและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องว่าเป็น บริษัทที่มีการดำเนินงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ					
2. บริษัทได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทจัดการดีเด่น หรือ บริษัทธรรมาภิบาล หรือรางวัลอื่นๆอย่างต่อเนื่อง					
3. บริษัทมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและบริการที่ดี					
4. บริษัทมีกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม					
5. บริษัทมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
6. บริษัทสามารถทำให้ลูกค้าเก่ายังเต็มใจใช้บริการจากบริษัท และแนะนำลูกค้าใหม่ให้อย่างต่อเนื่อง					
7. เมื่อบริษัทมีการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ลูกค้าของบริษัทยินดีทดลองใช้สินค้าใหม่อย่างเต็มใจ					
8. ชื่อเสียงและประสบการณ์ของคณะกรรมการบริหารได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอก					
9. พนักงานของบริษัทมีความจงรักภักดีต่อบริษัทอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง					
10. พนักงานมีหลักเกณฑ์ในการทำงาน โดยคำนึงถึงการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างชัดเจน					
11. พนักงานมีความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นอย่างดี					
12. บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง					

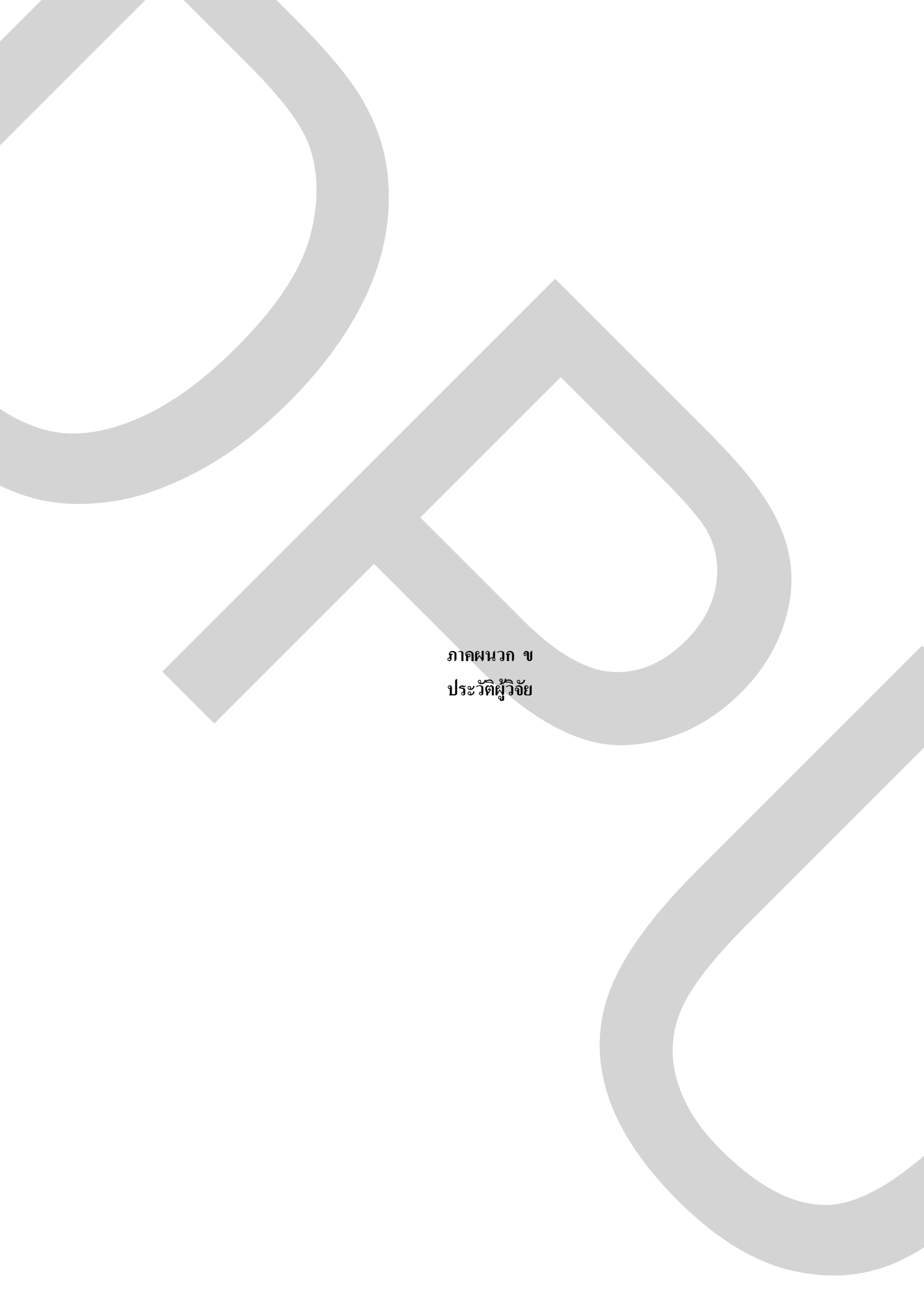
ผลการดำเนินงานขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
13. บริษัทมีการกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติในด้านความซื่อสัตย์และจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเป็นระบบและชัดเจน ตลอดจนมีการประกาศอย่างชัดเจน					

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดทำรายงานการเงิน การประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีหรือประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

.....

.....





ภาคผนวก ข  
ประวัติผู้วิจัย

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ อาจารย์รัชดาภรณ์ เสมอจันทร์  
วุฒิการศึกษา ปริญญาโท MAcc. (บัญชีการเงิน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปริญญาโท MBA (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปริญญาตรี บชบ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำ คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

และ

ชื่อ อาจารย์หุติพันธ์ ดิษฐ์สันเทียะ  
วุฒิการศึกษา ปริญญาโท MAcc. (บัญชีการเงิน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปริญญาโท MBA (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปริญญาตรี บชบ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำ คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

