บทที่ 1
บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ และเป็นที่สนใจของคนทุกมุมโลก เป็นยุคของโลกไร้พรมแดน (Globalization) เทคโนโลยีจึงเป็นที่แพร่หลายและนำมาใช้ในการทำงานและชีวิตประจำวัน ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจออนไลน์เป็นที่นิยมมากขึ้น การทำธุรกิจออนไลน์ ซึ่งหมายถึง การขายสินค้าและ บริการบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่ลงทุนเสียเงินทำเอง หรือ ขายบนเว็บฟรี เช่น เฟสบุค ไลน์ หรือ การนำสินค้าไปโพสไว้กับเว็บที่ให้บริการลงโฆษณาฟรี ในปัจจุบันการทำธุรกิจออนไลน์ไม่ใช่เทรน Trend หรือกระแส แต่สามารถทำเป็นอนาคตที่มั่นคง เลี้ยงชีพและครอบครัวได้ การทำธุรกิจออนไลน์ โดยมีเว็บไซต์เป็นสื่อกลาง ทั้งเว็บไซต์ที่ต้องลงทุนทำขึ้นมาเอง และเว็บไซต์ที่เปิดให้ทำการลงโฆษณาขายแบบฟรีๆ อย่างเช่น เว็บลงประกาศฟรี การทำธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันสามารถสร้างรายได้แบบระยะยาว และเป็นการประหยัดต้นทุนได้ดีที่สุด เพราะมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาน้อยมาก อาจมีค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่าทำเว็บไซต์ ค่าใช้จ่ายในการโปรโมท และเงินลงทุนในการสต็อกสินค้าที่จะขาย แต่ความจริงแล้วในปัจจุบัน ก็มีการเปิดรับสมัครตัวแทนขายแบบไม่ต้องสต็อกสินค้า (Dropship) สามารถทำเป็นรายได้เสริม สำหรับนักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจ

ทิศทางธุรกิจ E-commerce หรือธุรกิจขายปลีกอินเทอร์เน็ต ถือว่ามีแนวโน้มเติบโตโดยเฉพาะในปี 2559ซึ่งเริ่มเห็นสัญญาณของการเติบโตทั้งในแง่ของมูลค่าและจำนวนการจัดตั้งธุรกิจ โดยคาดว่ามูลค่าตลาด E-commerceจะมีมูลค่าประมาณ 230,000-240,000 ล้านบาท ซึ่งเติบโตประมาณร้อยละ 15-20% ซึ่งถือว่าเป็นยุคทองของธุรกิจE-commerce โดยเฉพาะการทางธุรกิจการค้าบนมือถือ ซึ่งได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นในหลายปีที่ผ่านมาตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารและผู้คนเริ่มมีช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการบน Internet ได้มากขึ้นจึงท าให้เจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่จำนวนมากมีหน้าร้านเฉพาะออนไลน์เท่านั้น เมื่อพิจารณาสัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้เครื่องมือสื่อสารมีสัดส่วนอยู่ในระดับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะ Mobile Phone ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้ถึง 48.10 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 77 รองลงมาได้แก่ Computer จำนวนผู้ใช้ถึง 23.80 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 38 และInternet จำนวนผู้ใช้ถึง 21.70 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 35 ตามล าดับ ซึ่งสัดส่วนการใช้อุปกรณ์สื่อสารในระดับสูงจะส่งเสริมให้ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตเติบโตต่อไป(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า:2559)

จากข้อมูลค่ายอดขายสินค้าผ่าน E-commerce พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2557 มีมูลค่าสูงถึง 1,929 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 69,444 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 มูลค่า 83,520 ล้านบาท ในปี 2558 หรือมูลค่า 2,320 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยคาดว่าในปี 2559 มูลค่าตลาดจะเพิ่มร้อยละ 23 และเพิ่มขึ้นมีมูลค่า5,572 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 200,000 ล้านบาทในปี 2563 ซึ่งถือว่า

เป็นอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาด ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าแนวโน้มการขยายตัวทางการค้าของธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องไปในทิศทางเดียวกับ E-commerce

ที่มา : www.statista.com

วิกฤติการ COVID-19 ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสภาวะเศรษฐกิจในวงกว้าง ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การใช้ชีวิตวิถีใหม่ หรือที่เรียกว่า New Normal เน้นให้มีการเว้นระยะห่างจากคนอื่น และต้องระมัดระวังเรื่องสุขภาพ ใส่ใจเรื่องสุขอนามัยมากขึ้น จึงทำให้มีการสั่งอาหารเดลิเวอรี่มากขึ้น ทำให้สังคมไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสด และมีการทำงานอยู่กับบ้านแบบ Work From Home แต่สามารถเชื่อมต่อกันด้วยเทคโนโลยี ทำให้ผู้บริโภคหันมาสั่งสินค้าออนไลน์ เช่นการซื้อสินค้าผ่านทาง Facebook Line เว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Lazada Shopee

การมีความรู้ความเข้าใจเรื่องรายได้ให้ถูกต้องนั้นมีส่วนที่สำคัญ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากจะต้องนำข้อมูลรายได้ไปจัดทำบัญชี นั้นสามารถช่วยวางแผนในด้าน ของงบประมาณ และการเสียภาษี สำหรับผู้ประกอบการที่เข้ามาจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์นั้นมีทั้งผู้ประกอบการรายเก่าซึ่งมีบริษัทเดิมและเคยจำหน่ายสินค้าแบบออฟไลน์มาก่อน และผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะมีความรู้และไม่มีความรู้ทางด้านการคำนวณและรับรู้รายได้เมื่อกิจการได้ขายสินค้า ว่าเป็นไปตามเงื่อนไข ได้แก่ กิจการได้โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนอันมีนัยสำคัญของความเป็นเจ้าของสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนที่ผู้ขายจะส่งสินค้าให้ผู้ซื้อ กิจการสามารถวัดมูลค่าของจำนวนรายได้ได้อย่างน่าชื่อถือ มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนที่กิจการจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษกิจของรายการนั้นและกิจการสามารถวัดมูลค่าของต้นทุนที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากรายการนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ ซึ่งในส่วนนี้ผู้ประกอบการรายใหม่อาจจะขาดความรู้ความเข้าใจในการคำนวณรายได้เพื่อจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่องการรับรู้รายได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ และเพื่อเป็นข้อมูลต่อการจัดทำบัญชีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่อง รายได้

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจออนไลน์ ที่แตกต่างกัน

3. สมมุติฐานการวิจัย

3.1 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ ที่แตกต่างกัน

3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ ที่แตกต่างกัน

3.3 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ ที่แตกต่างกัน

3.4 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ ที่แตกต่างกัน

3.5 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ ที่แตกต่างกัน

3.6 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีประเภทธุรกิจออนไลน์แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ ที่แตกต่างกัน

4. ขอบเขตการศึกษา

4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95%

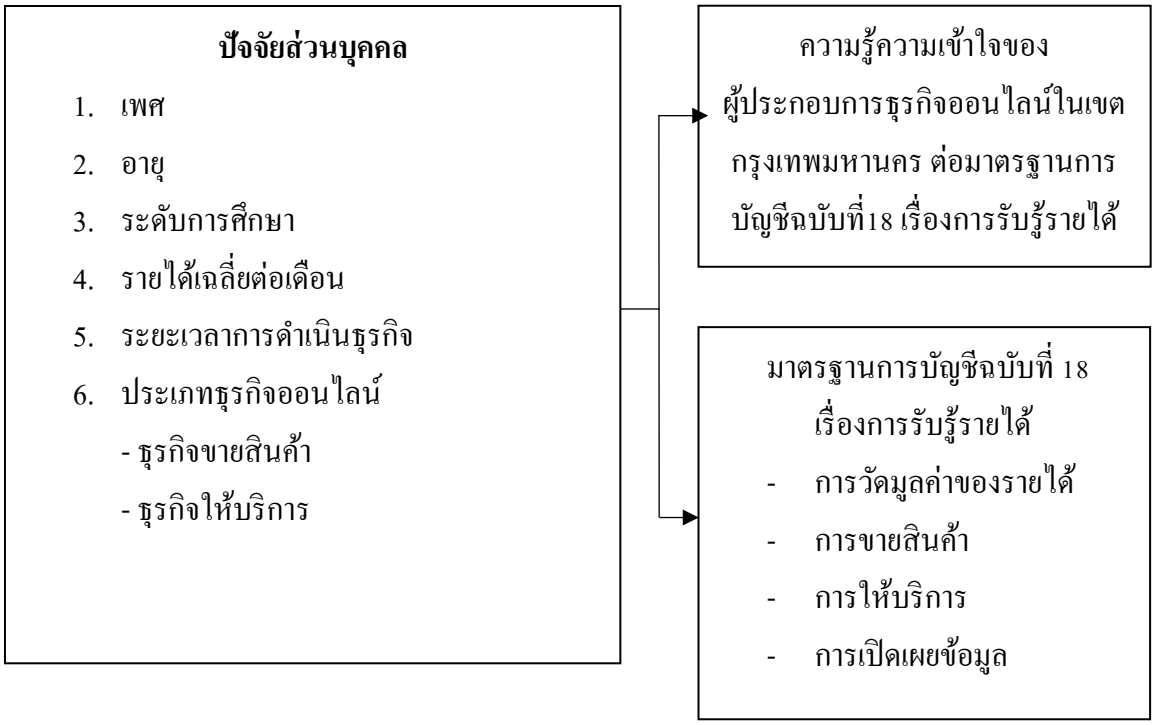
4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่องการรับรู้รายได้ ซึ่งประกอบด้วย

- การวัดมูลค่าของรายได้
- การรับรู้รายได้จากการขายสินค้า
- การรับรู้รายได้จากการให้บริการ
- การเปิดเผยข้อมูล

5. กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้จะมุ่งศึกษาความรู้ความเข้าใจผู้ของประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่องการรับรู้รายได้



6. นิยามศัพท์

6.1 ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่องรายได้

6.2 มาตฐานการบัญชีของไทยฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ หมายถึง มาตรฐานการบัญชีที่กำหนดขึ้นโดยมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศฉบับที่ 18 เรื่องรายได้ ประกาศโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ปรับปรุง 2560)

6.3 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง Facebook Line เพจ เว็บไซต์ต่าง ๆ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจออนไลน์

7.2 ทำให้ทราบผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ที่แตกต่างกัน

7.3 เป็นประโยชน์ต่อผู้จัดทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่อง รายได้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีฉบับบที่ 18

1.1 มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่องรายได้

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่อง รายได้ รายได้หมายถึง กระแสรับของประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ (ก่อนหักค่าใช้จ่าย) ในรอบระยะเวลาบัญชีซึ่งเกิดขึ้นจากกิจกรรมตามปกติของกิจการ เมื่อกระแสรับนั้นส่งผลให้ส่วนของเจ้าของเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ไม่รวมถึงเงินทุนที่ได้รับจากผู้มีส่วนร่วมในส่วนของเจ้าของ เช่นรายได้จากการขายสินค่า รายได้จากการให้บริการ รายได้ดอกเบี้ย รายได้ค่าสิทธิ รายได้เงินปันผล

มูลค่ายุติธรรม (Fair Value) หมายถึงราคาที่จะได้รับจากการขายสินทรัพย์ หรือจะจ่ายเพื่อโอนหนี้สินในรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ร่วมตลาด ณ วันที่วัดมูลค่า

การวัดมูลค่าของรายได้

1. กิจการต้องวัดมูลค่าของรายได้โดยใช้มูลค่ายุติธรรมของสิ่งตอบแทนที่ได้รับหรือค้างรับ
2. กิจการกำหนดจำนวนรายได้ตามที่กิจการตกลงกับผู้ซื้อหรือผู้ใช้สินทรัพย์ซึ่งจำนวนรายได้ดังกล่าวเป็นมูลค่ายุติธรรมของสิ่งตอบแทนที่ได้รับหรือค้างรับสุทธิจากจำนวนส่วนลดการค้าและส่วนลดตามปริมาณที่กิจการกำหนด
3. โดยส่วนใหญ่ สิ่งตอบแทนที่กิจการได้รับจะอยู่ในรูปของเงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสดและจำนวนรายได้ คือจำนวนเงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสดที่กิจการได้รับ หรือค้างรับ

การขายสินค้า

กิจการต้องรับรู้รายได้จากการขายสินค้าเมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขทุกข้อต่อไปนี้

1. กิจการได้โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนที่มีนัยสำคัญของความเป็นเจ้าของสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว ความเสี่ยงได้แก ความล้าสมัยของสินค้า หรือลักษณะการใช้งานไม่น่าพึงพอใจ ความสูญเสียของสินค้า ส่วนผลตอบแทน ได้แก่ กำไรจากการที่สินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นหรือจากการใช้สินค้านั้นเพื่อหารายได้

ผู้ขายจะสามารถรับรู้รายได้จากการขายทั้งที่ยังไม่ส่งมอบสินค้าให้กับผู้ซื้อ ก็ต่อเมื่อ

- มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนที่ผู้ขายจะส่งสินค้าให้ผู้ซื้อ
- ผู้ซื้อมีคำสั่งเลื่อนเวลาการส่งมอบสินค้า
- เงื่อนไขการชำระเงินเป็นไปตามปกติ
- สินค้าที่ขายแล้วนั้นอยู่ในความครอบครองของผู้ขาย ซึ่งผู้ขายได้ระบุไว้แล้วอย่างชัดเจนและสินค้านั้นพร้อมที่จะส่งมอบให้ผู้ซื้อ ณ เวลาที่มีการรับรู้รายได้

การให้บริการ

กิจการต้องรับรู้รายการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนั้นเป็นรายได้จากการให้บริการตามขั้นความสำเร็จของรายการบัญชีนั้น ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ซึ่งเรียกว่า อัตราส่วนของงานที่ทำเสร็จ ทั้งนี้กิจการสามารถประมาณผลของรายการได้อย่างน่าเชื่อถือ เมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขทุกข้อต่อไปนี้

1. กิจการสามารถวัดมูลค่าของจำนวนรายได้จากการให้บริการได้อย่างน่าเชื่อถือ
2. มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนที่กิจการจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของรายการบัญชีที่เกิดจากการให้บริการนั้น
3. กิจการสามารถวัดขั้นความสำเร็จของรายการบัญชี ณ วันสิ้นรอบระยะเวบารายงานได้อย่างน่าเชื่อถือ
4. กิจการสามารถวัดมูลค่าของต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้วและต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในการทำให้รายการบัญชีเกี่ยวกับการให้บริการนั้นเสร็จสมบูรณ์ได้อย่างน่าเชื่อถือ

1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

Bloom's Taxonomy กล่าวถึงการจำแนกการเรียนรู้ตามทฤษฎีของบลูม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านพุทธิพิสัย ด้านจิตพิสัย และด้านทักษะพิสัย โดยในแต่ละด้านจะมีการจำแนกระดับความสามารถจากต่ำสุดไปถึงสูงสุด เช่น ด้านพุทธิพิสัย เริ่มจากความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมิน นอกจากนี้ยังนำเสนอระดับความสามารถที่มีการปรับปรุงใหม่ตามแนวคิดของ Anderson and Krathwohl (2001) เป็น การจำ(Remembering) การเข้าใจ (Understanding) การประยุกต์ใช้(Applying) การวิเคราะห์ (Analysis) การประเมินผล (Evaluating) และการสร้างสรรค์ (Creating) ด้านจิตพิสัย จำแนกเป็น การรับรู้, การตอบสนอง, การสร้างค่านิยม, การจัดระบบ และการสร้างคุณลักษณะจากค่านิยม ด้านทักษะพิสัย จำแนกเป็น ทักษะการเคลื่อนไหว

ของร่างกาย, ทักษะการเคลื่อนไหวอวัยวะสองส่วนหรือมากกว่ากัน, ทักษะการสื่อสารโดยใช้ท่าทาง และทักษะการแสดงพฤติกรรมทางการพูด

การเรียนรู้ (Learning) คือ กระบวนการของประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้ไม่ได้มาจากภาวะชั่วคราว วุฒิภาวะ หรือสัญชาตญาณ(Klein 1991:2)

การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร โดยเป็นผลจากการฝึกฝนเมื่อได้รับการเสริมแรง มิใช่เป็นผลจากการตอบสนองตามธรรมชาติที่เรียกว่า ปฏิกิริยาสะท้อน (Kimble and Garmezy) การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อันเป็นผลจากการฝึกฝนและประสบการณ์ แต่มิใช่ผลจากการตอบสนองที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (Hilgard and Bower) การเรียนรู้เป็นการแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง อันเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ที่แต่ละคนได้ประสบมา (Cronbach) การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลได้พยายามปรับพฤติกรรมของตน เพื่อเข้ากับสภาพแวดล้อมตามสถานการณ์ต่าง ๆ จนสามารถบรรลุถึงเป้าหมายตามที่แต่ละบุคคลได้ตั้งไว้ (Pressey, Robinson and Horrock, 1959)

พุทธิพิสัย (Cognitive Domain)

พฤติกรรมด้านสมองเป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับสติปัญญา ความรู้ ความคิด ความเฉลียวฉลาด ความสามารถในการคิดเรื่องราว อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความสามารถทางสติปัญญา พฤติกรรมทางพุทธิพิสัย 6 ระดับ ได้แก่

1. ความรู้ความจำ ความสามารถในการเก็บรักษามวลประสบการณ์ต่าง ๆ จากการที่ได้รับรู้ไว้และระลึกสิ่งนั้นได้เมื่อต้องการเปรียบดังเทปบันทึกเสียงหรือ วีดิทัศน์ที่สามารถเก็บเสียงและภาพของเรื่องราวต่าง ๆได้สามารถเปิดฟังหรือ ดูภาพเหล่านั้นได้เมื่อต้องการ
2. ความเข้าใจ เป็นความสามารถในการจับใจความสำคัญของสื่อ และสามารถแสดงออกมาในรูปของการแปลความ ตีความ คาดคะเน ขยายความ หรือ การกระทำอื่น ๆ
3. การนำความรู้ไปใช้ เป็นขั้นที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ประสบการณ์ไปใช้ในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ จึงจะสามารถนำไปใช้ได้
4. การวิเคราะห์ ผู้เรียนสามารถคิด หรือ แยกแยะเรื่องราวสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นส่วนย่อยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญได้ และมองเห็นความสัมพันธ์ของส่วนที่เกี่ยวข้องกัน ความสามารถในการวิเคราะห์จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ความคิดของแต่ละคน
5. การสังเคราะห์ ความสามารถในการที่ผสมผสานส่วนย่อย ๆ เข้าเป็นเรื่องราวเดียวกันอย่างมีระบบ เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่สมบูรณ์และดีกว่าเดิม อาจเป็นการถ่ายทอดความคิดออกมาให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย การกำหนดวางแผนวิธีการดำเนินงานขึ้นใหม่ หรือ อาจจะเกิดความคิดในอันที่จะสร้างความสัมพันธ์ของสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นมาในรูปแบบ หรือ แนวคิดใหม่
6. การประเมินค่า เป็นความสามารถในการตัดสิน ตีราคา หรือ สรุปเกี่ยวกับคุณค่า

ของสิ่งต่าง ๆ ออกมาในรูปของคุณธรรมอย่างมีกฎเกณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งอาจเป็นไปตามเนื้อหาสาระในเรื่องนั้น ๆ หรืออาจเป็นกฎเกณฑ์ที่สังคมยอมรับก็ได้

จิตพิสัย (Affective Domain) พฤติกรรมด้านจิตใจ

ค่านิยม ความรู้สึก ความซาบซึ้ง ทัศนคติ ความเชื่อ ความสนใจและคุณธรรม พฤติกรรมด้านนี้อาจไม่เกิดขึ้นทันที ดังนั้น การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและสอดแทรกสิ่งที่ดีงามอยู่ตลอดเวลา จะทำให้พฤติกรรมของผู้เรียนเปลี่ยนไปในแนวทางที่พึงประสงค์ได้ด้านจิตพิสัย จะประกอบด้วย พฤติกรรมย่อย ๆ 5 ระดับ ได้แก่

1. การรับรู้ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อปรากฏการณ์ หรือสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเป็นไปในลักษณะของการแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นว่าคืออะไร แล้วจะแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกที่เกิดขึ้น

2. การตอบสนอง เป็นการกระทำที่แสดงออกมาในรูปของความเต็มใจ ยินยอมและพอใจต่อสิ่งเร้านั้น ซึ่งเป็นการตอบสนองที่เกิดจากการเลือกสรรแล้ว

3. การเกิดค่านิยม การเลือกปฏิบัติในสิ่งที่เป็นที่ยอมรับกันในสังคม การยอมรับนับถือในคุณค่านั้น ๆ หรือปฏิบัติตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนกลายเป็นความเชื่อ แล้วจึงเกิดทัศนคติที่ดีในสิ่งนั้น

4. การจัดระบบ การสร้างแนวคิด จัดระบบของค่านิยมที่เกิดขึ้นโดยอาศัยความสัมพันธ์ถ้าเข้ากันได้ก็จะยึดถือต่อไปแต่ถ้าขัดกันอาจไม่ยอมรับอาจจะยอมรับค่านิยมใหม่โดยยกเลิกค่านิยมเก่า

5. บุคลิกภาพ การนำค่านิยมที่ยึดถือมาแสดงพฤติกรรมที่เป็นนิสัยประจำตัว ให้ประพฤติปฏิบัติแต่สิ่งที่ถูกต้องดีงามพฤติกรรมด้านนี้ จะเกี่ยวกับความรู้สึกและจิตใจ ซึ่งจะเริ่มจากการได้รับรู้จากสิ่งแวดล้อม แล้วจึงเกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ ขยายกลายเป็นความรู้สึกด้านต่าง ๆ จนกลายเป็นค่านิยม และยังพัฒนาต่อไปเป็นความคิดอุดมคติซึ่งจะเป็นควบคุมทิศทางพฤติกรรมของคน คนจะรู้ดีรู้ชั่วอย่างไรนั้น ก็เป็นผลของพฤติกรรมด้านนี้

ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) (พฤติกรรมด้านกล้ามเนื้อประสาท)

พฤติกรรมที่บ่งถึงความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างคล่องแคล่วชำนิชำนาญ ซึ่งแสดงออกมาได้โดยตรงโดยมีเวลาและคุณภาพของงานเป็นตัวชี้ระดับของทักษะพฤติกรรมด้านทักษะพิสัย ประกอบด้วย พฤติกรรมย่อย ๆ 5 ขั้น ดังนี้

1. การรับรู้ เป็นการให้ผู้เรียนได้รับรู้หลักการปฏิบัติที่ถูกต้อง หรือ เป็นการเลือกหาตัวแบบที่สนใจ

2. กระทำตามแบบ หรือเครื่องชี้แนะ เป็นพฤติกรรมที่ผู้เรียนพยายามฝึกตามแบบที่ตนสนใจและพยายามทำซ้ำ เพื่อที่จะให้เกิดทักษะตามแบบที่ตนสนใจให้ได้ หรือ สามารถปฏิบัติงานได้ตามข้อแนะนำ

3. การหาความถูกต้อง พฤติกรรมสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัย

เครื่องชี้แนะ เมื่อได้กระทำซ้ำแล้ว ก็พยายามหาความถูกต้องในการปฏิบัติ

4. การกระทำอย่างต่อเนื่อง หลังจากตัดสินใจเลือกรูปแบบที่เป็นของตัวเองจะกระทำตามรูปแบบนั้นอย่างต่อเนื่อง จนปฏิบัติงานที่ยุ่งยากซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องคล่องแคล่ว การที่ผู้เรียนเกิดทักษะได้ต้องอาศัยการฝึกฝนและกระทำอย่างสม่ำเสมอ

5. การกระทำได้อย่างเป็นธรรมชาติ พฤติกรรมที่ได้จากการฝึกอย่างต่อเนื่องจนสามารถปฏิบัติ ได้คล่องแคล่วว่องไวโดยอัตโนมัติ เป็นไปอย่างธรรมชาติซึ่งถือเป็นความสามารถของการปฏิบัติในระดับสูง

เมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงดังนี้ (Bloom, 1959)

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความเข้าใจ และความคิด (Cognitive Domain) หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสาระใหม่ ก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้มากขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสมอง

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ทัศนคติ ค่านิยม(Affective Domain) หมายถึง เมื่อบุคคลได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ก็ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกทางด้านจิตใจ ความเชื่อ ความสนใจ

3. ความเปลี่ยนแปลงทางด้านความชำนาญ (Psychomotor Domain) หมายถึง การที่บุคคลได้เกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านความคิด ความเข้าใจ และเกิดความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ความสมใจด้วยแล้ว ได้นำเอาสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปปฏิบัติ จึงทำให้เกิดความชำนาญมากขึ้น เช่น การใช้มือ เป็นต้น

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์

ในการทำการค้าต้องประกอบด้วยอย่างน้อย 2 ฝ่ายคือ ผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายมีหลายรูปแบบทำให้เราสามารถจัดประเภทของธุรกิจออนไลน์ได้ดังนี้

1. B2C (Business to Customer) คือการค้าระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคได้แก่ เว็บไซต์ขายหนังสือออนไลน์ เน้นการขายหนังสือออนไลน์ หรือสื่อมัลติมีเดียทางการศึกษา โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็น นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป โดยการสั่งซื้อสินค้าจะทำผ่านระบบตะกร้าสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงิน มีทางเลือกให้ลูกค้าเช่น โอนผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือไปรษณีย์

2. B2B (Business to Business) คือการค้าระหว่างผู้ค้ากับหน่วยธุรกิจเช่นกัน แต่ผู้ประกอบการครอบคลุมถึงการขายส่ง การทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบห่วงโซ่การผลิต Supply Chain Management) หรือ เว็บไซต์ที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า/บริการ กับผู้ให้บริการธุรกิจ รถเช่า ดำน้ำ สปาร์ กอล์ฟ สวนสนุกเป็นต้น

3. C2C (Customer to Customer) เป็นการติดต่อระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค เช่น การติดต่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มคนที่มีการบริโภค หรือบุคคลทั่วไปอาจจะทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง ขายของมือสอง โดยสินค้าที่นำมาเสนอขายได้นั้นคลอบคลุมตั้งแต่บ้านราคาหลายสิบล้านไปจนหนังหนังสือราคาไม่กี่บาท เป็นต้น

4. B2G (Business to Government) คือการประกอบธุรกิจระหว่างเอกชนกับภาครัฐ ที่ใช้กันมา คือ การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่เรียกว่า e-Government Procurement ในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่รัฐบาลทำการจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เช่นการประกาศจัดจ้างของภาครัฐ

5. G2C (Government to Customer) การบริการของภาครัฐสู่ประชาชนผ่านสื่ออิเลกทรอนิกส์ เช่นการเสียภาษีผ่านอินเตอร์เน็ต การให้บริการข้อมูลสู่ประชาชนผ่านอินเตอร์เน็ต

ลักษณะของธุรกิจออนไลน์ที่ได้รับความนิยม

1. การสร้างเว็บขายสินค้า

การขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตเป็นรูปแบบการสร้างรายได้ที่ง่ายที่สุด และเป็นที่คุ้นเคยกันอย่างมากในปัจจุบัน โดยเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ที่เห็นและพูดถึงบ่อย ก็คือ amazon.com ที่เป็นเว็บไซต์สำหรับการขายออนไลน์ที่คนทั่วโลกเลือกใช้ในการขายสินค้า หรือซื้อสินค้าที่สร้างรายได้ให้กับผู้ขายมากมาย

2. การสร้างเว็บพีอาร์

เว็บไซต์ประเภทนี้เหมาะสำหรับการทำธุรกิจแบบออฟไลน์ และถือเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่จะมาช่วยในเรื่องของการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจออฟไลน์ของคุณ ส่วนเนื้อหาที่จะต้องแสดงในเว็บไซต์เน้นหนักไปในการให้ข้อมูลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อบอกว่าธุรกิจของคุณคืออะไร ทำอะไร ขายอะไร ใครเป็นเจ้าของ รูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็น แบบไหน และสามารถติดต่อกับคุณได้ในช่องทางไหนบ้าง

3. สร้างเว็บเผยแพร่ข่าวสาร

การทำเว็บไซต์เพื่อขายของเพียงอย่างเดียวอาจเป็นรูปแบบการทำเว็บไซต์ที่ไม่น่าสนใจสำหรับลูกค้าบางท่าน แต่การสร้างเว็บเพื่อเผยแพร่ข่าวสารสามารถเข้ามาช่วยให้ผู้คนหันมาสนใจเว็บไซต์ของคนมากขึ้น เพราะพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบันมักเต็มไปด้วยความรีบเร่ง ส่งที่จะเข้ามาช่วยให้ผู้คนเหล่านี้สามารถตามทันโลก ตามทันข่าวสารได้ก็คือเครือข่ายอินเตอร์เน็ตที่สามารถค้นหา หรือเข้าถึงข่าวสารในแต่ละวันได้ง่ายขึ้น

4. การสร้างเว็บโปรโมทสินค้า

การสร้างเว็บเพื่อโปรโมทสินค้ามักถูกทำในรูปแบบของบล็อก (Blog) เพื่อทำการรีวิวและโปรโมทสินค้าที่อาจมาในรูปแบบของคลิปวิดีโอ หรือคอนเทนต์ที่ถือว่าเป็นรูปแบบการทำธุรกิจออนไลน์ ที่ทรงประสิทธิภาพมากอีกรูปแบบหนึ่ง ที่สามารถสร้างรายได้อย่างงดงามให้กับผู้ที่ทำ ซึ่งรูปแบบการสร้างเว็บลโปรโมทสินค้านั้นสามารถหาดูได้บนแพลตฟอร์มยูทูป หรือการอ่านคอนเทนต์รีวิวสินค้าตามเว็บไซต์ต่าง ๆ

5. การสร้าง Online Marketplace

หรือเรียกง่าย ๆ ว่าแหล่งซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มาติดต่อพบปะกันบนเว็บไซต์ ที่เป็นศูนย์กลางเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าบนโลกอินเตอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันนั้นมีหลายเว็บไซต์มาก เพราะการทำธุรกิจแบบ Online Marketplace ถือเป็นการทำธุรกิจที่สะดวกสบาย ไม่จำเป็นต้องมีเวลา หรือมีต้นทุนที่มากก็สามารถทำได้ แถมการติดต่อพูดคุยก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็วแทบจะไม่มีข้อจำกัดในการซื้อขายเลย จึงทำให้การสร้าง Online Marketplace สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาล

6. การเขียน E-book

การเขียน E-book หรือการเขียนหนังสือแบบออนไลน์ เป็นอีกหนึ่งอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับนักเขียนพอสมควร เนื่องจากพฤติกรรมของผู้อ่านในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป และสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้เต็มที่ ผู้คนจึงหันมาสนใจ E-book แทนการอ่านหนังสือเป็นเล่ม

7. การขายบริการเกี่ยวกับตลาดดิจิทัล

การตลาดดิจิทัลเป็นรูปแบบการทำตลาดที่ถูกปรับมาให้เหมาะกับยุคสมัย และพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบัน การทำการตลาดดิจิทัลจะถูกนำเสนอในรูปแบบออนไลน์ หากคุณยังคิดไม่ออกว่าขายบริการเกี่ยวกับตลาดดิจิทัล ได้แก่

- การออกแบบกราฟฟิก เช่นการออกแบบโลโก้ นามบัตร ป้ายแบรนเนอร์ และงานออกแบบอื่น ๆ อีกมากมาย
- การเขียนเนื้อประกอบ SEO (Search Engine Optimization) หมายถึงวิธีการปรับแต่งโครงสร้างหน้าตาเว็บไซต์ การปรับแต่งโค๊ด ปรับแต่งความเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์ และการเขียนเนื้อหาให้เป็นไปตามความต้องการของ เว็บ Search Engine เช่น เว็บ Google, Bing เป็นต้น ซึ่งผลลัพธ์ปรับแต่งเว็บไซต์ของการทำ SEO จะทำให้เว็บไซต์ของคุณติดอันดับอยู่ในลำดับต้นๆ
- การจัดการสื่อโซเชียล เมื่อกเป็นการทำการตลาดแบบดิจิทัล สื่อโซเชียลที่ผู้คนนิยมส่วนใหญ่ย่อมเป็นสื่อกลางที่จะทำให้แบรนด์ได้พบกับกลุ่มลูกค้า

8. การตลาดพันธมิตร

การจะเริ่มต้นธุรกิจด้วยตัวเองทั้งหมดอาจดูยุ่งยาก และต้องลงทุนมาก ดังนั้นการใช้ตลาดพันธมิตรเป็นทางออกที่ดีที่สุด เพราะสามารถนำผลิตภัณฑ์ของผู้อื่นมาเสนอขายด้วยตัวเอง โดยใช้เทคนิคที่น่าสนใจ การตลาดพันธมิตร ได้แก่

- การออกกำลังกายและลดน้ำหนัก
- สินค้าเพื่อสุขภาพ (อาหารคลีน)
- สินค้าเกี่ยวกับอาหารเสริม
- สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง
- สินค้าเกี่ยวกับเด็ก
- สินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์มือถือ
- สินค้าเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ

- สินค้าเกี่ยวกับ Gadgets และเทคโนโลยี
- สินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์กีฬา

9. เป็นที่ปรึกษาออนไลน์

ผู้คนมากมายมักแก้ปัญหาที่พบเจอด้วยตัวเอง โดยมีตัวช่วยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ การให้คำปรึกษาออนไลน์สามารถเก็บค่าธรรมเนียมได้ตามความเหมาะสม ตัวอย่างที่ปรึกษาออนไลน์ ได้แก่

- ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์
- การดำเนินงาน การจัดการ
- ทรัพยากรมนุษย์
- ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที

10. บริการโฆษณาบน You Tube

การทำโฆษณาเป็นของคู่กับการทำการตลาดดิจิทัล ดังนั้นการโฆษณาบน You Tube จะเป็นจุดหนึ่งที่มีความน่าสนใจ ซึ่งหากมีผู้ชมเข้ารับชมที่ไม่ซ้ำกัน ก็จะสามารถเพิ่มรายได้ให้กิจการเป็นอย่างมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภิสรา สมแสง (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีที่มีต่อมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างแยกตามประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างเป็นหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี จากการทดสอบสมมิตฐานในเรื่องความรู้ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีที่มีต่อมาตรฐานการรายงานทางการเงิน พบว่าผู้ทำบัญชีมีความรู้ความเข้าใจเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจที่มีต่อมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เสาวลักษณ์ กิ่มสร้าง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้ในวิชาชีพ ปัจจัยด้านทักษะทางวิชาชีพ ปัจจัยด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ และปัจจัยด้านเจตคติในวิชาชีพ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่จะทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยด้านเจตคติในวิชาชีพมีอิทธิพลสูงสุดต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชี รองลงมาคือปัจจัยด้านทักษะทางวิชาชีพ ปัจจัยด้านแห่งคุณค่าวิชาชีพ และปัจจัยด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชีตามลำดับ

กนกวรรณ คำมาบุตร (2554) การศึกษาการจัดทำบัญชีและความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนอำเภอเมืองลำปางเกี่ยวกับข้อมูลการบัญชี พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีและใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุด โดยการจัดทำบัญชีจะใช้คอมพิวเตอร์แต่ไม่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลทางการบัญชีประเภทรายได้มากที่สุด และใช้รายงานการรับและจ่ายเงินสดในการบริหารงานโดยผู้ประกอบการาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบผลการดำเนินงานของกิจการในการจัดทำบัญชี ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการจัดทำบัญชีของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการและระดับการศึกษาของผู้ประกอบการและผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัญชีเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

กุลวดี ลิ่มอุสันใน(2557) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจของนักบัญชีไทยต่อมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยกับระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิจัยพบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ใดระหว่างปัจจัยส่วนของบุคคลของผู้ทำบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานบัญชี และตำแหน่งงานในปัจจุบัน กับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการรายงานทางการเงินเปรียบเสมือนสิ่งบ่งชี้ความสำเร็จอันยั่งยืนของการนำมาตรฐานการบัญชีมาใช้ในประเทศไทย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่อง รายได้ จัดเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม และผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาการวิจัยครอบคลุมหัวข้อสำคัญดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95%

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ
- ประเภทธุรกิจออนไลน์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคำถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีสำหรับสถานประกอบการธุรกิจออนไลน์ เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ เป็นแบบสอบถาม

ประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามแนวคิดของลิเคอร์ท (Likert) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มากที่สุด
ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มาก
ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ปานกลาง
ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อย
ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

3.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถาม

1.1 ผู้วิจัยทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามจากตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามจากกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้

1.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา และนำค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (IOC: Index of item objective congruence) เพื่อหาความเที่ยงของแบบสอบถาม

1.4 เมื่อได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามแล้ว จึงจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ได้แก่สถานประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยจัดทำเป็นแบบสอบถาม

5.การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตามขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจออนไลน์ วิเคราะห์ด้วยการแจงแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่18 เรื่อง รายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ด้านความรู้ด้านต่าง ๆ ดังนี้ การวัดมูลค่าของรายได้ การรับรู้รายได้จากการ

ขายสินค้า การรับรู้รายได้จากการให้บริการ ความรู้เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิงคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-test และ t-test การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งชั้นเท่ากัน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 -1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

บรรณานุกรม/เอกสารอ้างอิง

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ .สืบค้นจาก:http://www.tfac.or.th/upload/9414/8NFZoGx5sC.pdf

หลักการบันทึกบัญชีซื้อ-ขาย.สืบค้นจาก: https://sites.google.com/a/ttc.ac.th/financill_acc/3-kar-baychi-sahrab-thurkic-sux-khay-sinkha

ปิติมา ดิสกุลเนติวิทย์ และคณะ.(2557).ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดทำบัญชี.เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กนกวรรณ คำมาบุตร .(2554). การศึกษาการจัดทำบัญชีและความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองลำปาง. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศุภิสรา สมแสง.(2562).ความรู้ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีที่มีต่อมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อดิศร เลาหวณิช และคณะ.(2552) การบัญชีบริหาร.เรื่องการจัดทำงบประมาณ.ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ.280 หน้า

เทคนิคการควบคุมสินค้าคงคลัง.สืบค้นจาก https://www.akitahub.com/7-tips-for-stock-management

ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก : https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/112649

การคำนวณหาจุดคุ้มทุน. สืบค้นจาก: https://blog.sellsuki.co.th/break-even-point-4-onlinestore/

ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce:กรมสรรพากร:สืบค้นจาก:https://www.rd.go.th/publish/26228.0.html

ทิศทางธุรกิจe-Commerce .สืบค้นจาก :https://www.dbd.go.th/download/document_file/