

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบริษัทใน SET50

Factors Affecting Digital Transformation Information Disclosure Level by SET50 Companies

สมพงษ์ พรหมสะอาด (Sompong Promsa-ad)¹

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงแบบพลิกโฉมสร้างผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจจำนวนมากในแทบจะทุกอุตสาหกรรม จนทำให้การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลเป็นวาระสำคัญขององค์กรทุกระดับ รวมถึงต้องเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนผ่านให้ตลาดและนักลงทุนรับทราบ เพื่อสร้างมุมมองด้านบวกอันจะส่งผลต่อมูลค่ากิจการ บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่อยู่ในรายชื่อ SET50 แหล่งข้อมูลในการศึกษาคือรายงานประจำปีระหว่างปี พ.ศ.2559-2563 ผลการศึกษา พบว่า บริษัทในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ดำเนินการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัล และรายงานกิจกรรมดังกล่าวให้นักลงทุนได้ทราบไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท โดยจำนวนการเปิดเผยข้อมูลบ่งชี้ว่าการดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอุตสาหกรรมที่มีการรายงานข้อมูลสูงสุดคือบริการทางการเงิน ทั้งนี้ข้อมูลหรือคำที่พบว่าได้รับการรายงานมากที่สุดจะไม่ใช่เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง ผลการศึกษายังบ่งชี้ว่าการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลในอดีตขนาดของกิจการ และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อระดับเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมทางดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลงแบบเปลี่ยนขาดจากดิจิทัล การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัล การเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัล

Abstract

Firms in almost all sectors have experienced digital disruption and thus making digital transformation a critical agenda for organization at all levels. Firms also need to disclose information about the transition to the market and investors in order to create a positive perception that will affect the business's value. This study aims to explore the level of digital transformation related activities information disclosure and factors affecting the level of the disclosure. The data used was obtained from firms' annual report from 2016-2020 period. The findings indicated that most of the firms in the sample undertaken a digital transformation and revealed the activities to investors. In addition, the level of information disclosure has increased continuously throughout study period with financial services considered the most responsive industry to digital disruption. However, the most commonly reported information or words are not high-tech digital as the top three reported words are words in the group of digitization, online, and e-commerce. The findings also indicated that the disclosure of past digital activity, firm's size, and return on asset significantly influence the level of information disclosure of digital activities.

Keywords: Factors Affecting, Digital Information Disclosure, SET50 Digital Transformation

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การประกอบการและการจัดการ) คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

E-mail: psompong@tsu.ac.th

วันที่รับบทความ: 4 มีนาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ: 9 เมษายน 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 21 เมษายน 2565

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาททั้งในเศรษฐกิจและสังคมอย่างสูง จนนำมาซึ่งการเกิดปรากฏการณ์ใหม่ ๆ อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกโฉมหรือการเปลี่ยนแปลงแบบเปลี่ยนขาดจากดิจิทัล (Digital Disruption) ในภาพใหญ่ ข้อมูลที่สะท้อนถึงข้อเท็จจริงดังกล่าวอาจเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงของลำดับกิจการที่มีมูลค่าที่สูงที่สุดในโลก 10 อันดับแรก ซึ่งจัดโดยสำนักข่าวบลูมเบิร์ก (Bloomberg) โดยในระยะ 10 ปีระหว่าง ค.ศ.2008-2018 รายชื่อของบริษัทยักษ์ใหญ่ที่เคยถูกยึดครองโดยบริษัทพลังงาน ธนาคาร โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ถูกแทนที่โดยธุรกิจดิจิทัลซึ่งเป็นธุรกิจประเภทสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะจากบริษัทที่ทำธุรกิจโดยใช้โมเดลธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม

จากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกโฉม (Disruption) ที่เกิดขึ้น ผู้เล่นดั้งเดิมในอุตสาหกรรม (Incumbent Firms) จึงหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงธุรกิจให้อยู่บนพื้นฐานของดิจิทัลหรือการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาทำการเปลี่ยนแปลงหรือยกระดับวิธีการทำธุรกิจหรือที่เรียกกันว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ทั้งนี้รูปแบบของการเปลี่ยนผ่านอาจไม่ได้มีรูปแบบที่ตายตัวและทำได้หลายวิธีการ เช่น การปรับเปลี่ยนในส่วนของกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) ซึ่งหมายถึงการมุ่งนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ปรับกระบวนการทางธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการนำเอาเทคนิคต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) ช่องทางการเชื่อมต่อของเว็บไซต์ ผู้ให้บริการ (Application Programming Interface) มาใช้งาน โดยเป้าหมายที่สำคัญของการเปลี่ยนผ่านในรูปแบบนี้โดยมากจะอยู่ที่การลดต้นทุน การเพิ่มคุณภาพหรือการลดระยะเวลาในการทำงาน เป็นต้น อีกตัวอย่างหนึ่งของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลคือการเปลี่ยนโมเดลธุรกิจ (Business Model) ซึ่งจะเป็นเรื่องที่ยุ่ยากกว่ามากเนื่องจากไปแตะโครงสร้างหลักของธุรกิจทั้งหมด จึงต้องการอาศัยการตัดสินใจในระดับกลยุทธ์ของผู้บริหารและมี

ส่วนงานต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหากทำได้สำเร็จ การเปลี่ยนผ่านในระดับโมเดลธุรกิจมักจะนำโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ และศักยภาพทางการเติบโตเข้ามายังบริษัท (Annacone, 2019)

บริษัทดั้งเดิมในอุตสาหกรรมที่เพิกเฉยต่อภัยคุกคามของธุรกิจดิจิทัลหน้าใหม่หรือขาดการปรับตัวที่เหมาะสม อาจนำไปสู่การสูญเสียส่วนแบ่งการตลาด ความสามารถในการแข่งขัน หรือกระทั่งต้องเข้าสู่ภาวะล้มละลาย ดังที่เคยเกิดขึ้นกับธุรกิจยักษ์ใหญ่หลายราย อาทิ Toys 'R' Us, RadioShack (Verhoef et al., 2021) นอกจากนี้ต้องปรับเปลี่ยนธุรกิจเข้าสู่ดิจิทัลแล้ว องค์กรควรสื่อสารการเปลี่ยนผ่านให้กับทางตลาดหรือ ผู้ถือหุ้นที่ได้รับทราบด้วยการเปิดเผยข้อมูล (Information Disclosure) เนื่องจากจะส่งผลในเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ (Salvi et al., 2021)

สำหรับในประเทศไทยการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลขององค์กรขนาดใหญ่ในประเทศเริ่มต้นอย่างจริงจังในช่วงปี พ.ศ.2555 โดยเริ่มจากธุรกิจในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมแรก ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุด ก่อนจะตามมาด้วยอุตสาหกรรมการเงินที่ถูกรุกคืบจากสตาร์ทอัพฟินเทค อย่างไรก็ตามปัจจุบันการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลเกิดขึ้นในแทบทุกอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็นพลังงาน อสังหาริมทรัพย์ ค้าปลีก ทั้งนี้กิจกรรมหรือรูปแบบการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลเป็นไปอย่างหลากหลายตั้งแต่การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนากระบวนการทำงาน การจัดตั้งธุรกิจร่วมลงทุนขององค์กร (Corporate Venture Capital) ทำหน้าที่ลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถเชื่อมโยงหรือต่อยอดเข้ากับธุรกิจขององค์กรได้ อีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมคือการตั้งศูนย์บ่มเพาะแบบเร่งสร้าง (Corporate Accelerator) ซึ่งเป็นรูปแบบการบ่มเพาะที่กำหนดระยะเวลาไว้อย่างชัดเจนและส่วนใหญ่จะใช้เวลาสั้น ๆ โดยจะมีการรับสมัครสตาร์ทอัพเข้าบ่มเพาะเป็นรุ่น ๆ เพื่อพัฒนาหรือสร้างสตาร์ทอัพภายใต้การรับคำปรึกษาจากพี่เลี้ยงหรือผู้มีประสบการณ์ ในบางกรณีสตาร์ทอัพอาจสามารถเข้าใช้

ทรัพยากรของบริษัท เช่น การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงมีโอกาสดำเนินการนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจให้กับธุรกิจร่วมลงทุน (Kohler, 2016)

ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ดิจิทัลเป็นวาระสำคัญขององค์กรธุรกิจในทุกระดับ การศึกษาในประเด็นข้างต้นในประเทศไทยกลับมีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ทำให้ข้อมูลที่จะใช้ศึกษามีอยู่อย่างจำกัด บทความวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวโดยสำรวจการดำเนินกิจกรรมการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลจากมุมมองของการเปิดเผยข้อมูล (Information Disclosure) ทั้งนี้การศึกษาจะเลือกศึกษาจากบริษัทที่มีได้อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรง เนื่องจากจะช่วยให้มองเห็นถึงรูปแบบของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จะนำไปสู่การวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องในด้านอื่น ๆ ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัล

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัล

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้คือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมีรายชื่อในกลุ่ม SET50 (รวมรายชื่อสำรอง) มีจำนวนประชากรทั้งหมด 55 บริษัท และกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองมีจำนวน 46 บริษัท

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ศึกษาการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัล จากมุมมองของการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัล

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาคือคุณลักษณะของกิจการ ส่วนตัวแปรตามคือระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัล

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2559-2563

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน H1: บริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม SET 50 ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลและมีการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลขององค์กร

สมมติฐาน H2: ขนาดองค์กร อายุองค์กร และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลขององค์กร

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยตัวแปรในการศึกษาจะคัดเลือกโดยข้อเสนอแนะของ Srinivasan และ Chen (2020) ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะขององค์กร เช่น อายุของกิจการ ขนาดของกิจการ ระดับสภาพคล่องของกิจการ ระดับการก่อกำเนิดของกิจการ เป็นต้น ส่วนตัวแปรตามได้แก่ ระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลซึ่งจะใช้จำนวนค่าที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดิจิทัลเป็นตัวแปรแทน (Proxy) ในการศึกษา

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation)

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล หมายถึง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยยกระดับหรือพัฒนาธุรกิจในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับประสิทธิภาพของลูกค้า การพัฒนากระบวนการทำงาน หรือการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ หัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลคือจุดมุ่งเน้นหลักจะอยู่ที่กลยุทธ์ (Strategy) มากกว่าเทคโนโลยี ดังนั้นการดำเนินการจึงเป็นการผสมผสานระหว่างศาสตร์หลายๆ ด้านเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ เป็นต้น (Liere-Netheler, 2018).

เทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นที่รู้จักกันดีและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในองค์กรทางธุรกิจ ประกอบไปด้วย ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ข้อมูลมหัศจรรย์หรือข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet Of Things) เป็นต้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาปรับใช้ในองค์กรสามารถนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น เช่น ทำให้ผลิตภาพ (Productivity) ขององค์กรดีขึ้น (Tambe, 2014) นอกจากนี้การลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยยกระดับมูลค่าของกิจการได้ เนื่องจากผลิตภาพที่เกิดขึ้นจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรดั้งเดิมที่องค์กรมีอยู่ได้ (Cockburn et al., 2019)

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลไม่ใช่เรื่องง่าย มีรายงานว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล 70% ประสบความสำเร็จ (Tabrizi et al., 2019) ความท้าทายของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลมีหลายประการ นอกจากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลจะเป็นภารกิจที่ซับซ้อนต้องมีการดำเนินการในหลาย ๆ มิติแล้ว องค์กรจะต้องสามารถกำหนดกลยุทธ์ดิจิทัลที่เหมาะสม สามารถนำกลยุทธ์ในการเปลี่ยนผ่านไปปรับใช้ (Implementation) รวมถึงต้องบริหารการกระจายทรัพยากรระหว่างธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลและธุรกิจเดิมขององค์กรได้อย่างสมดุลด้วย (Kane et al., 2015; Correani et al., 2020; Margiono, 2020; Lee, 2021)

2.2 การเปิดเผยข้อมูล (Information Disclosure)

การเปิดเผยข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญในทางการเงิน เนื่องจากเป็นความต้องการของบริษัทหรือองค์กรธุรกิจที่ต้องการจะเปิดเผยข้อมูลตามความสมัครใจหรือมากกว่าที่กฎหมายบังคับ (Voluntary Information Disclosure) เพื่อต้องการส่งสัญญาณไปยังนักลงทุนหรือตลาดถึงศักยภาพการดำเนินงานในอนาคตของกิจการตามแนวคิดหรือทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) (Ross, 1977) โดยเฉพาะบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ดีจะยังมีแรงจูงใจในการให้ข้อมูลกับนักลงทุนทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อส่งสัญญาณให้ตลาดทราบถึงความเข้มแข็งทางการแข่งขันของตนเอง ซึ่งในที่สุดจะนำมาซึ่งการดึงดูดเงินทุนจำนวนมากเข้าสู่กิจการ (Salvi et al., 2021)

จากการศึกษาของ Srinivasan และ Chen (2020) โดยใช้ธุรกิจที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีและใช้จำนวนคำที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดิจิทัลที่ปรากฏในแบบฟอร์ม 10-K เป็นตัวแปรแทน (Proxy) ของการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจพบว่าบริษัทที่ดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลมักจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีอายุน้อย และมีค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร (Selling, General, And Administrative Expenses) ในระดับสูง นอกจากนี้ตลาดและนักลงทุนได้ให้ความสำคัญกับองค์กรที่ปรับใช้กิจกรรมดิจิทัลด้วยความคาดหวังว่ากิจกรรมเหล่านั้นจะนำไปสู่ผลดำเนินงานที่ดีขึ้นในอนาคต โดยเห็นได้จากอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (Market-To-Book Ratio) ของบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลทางดิจิทัล

(Digital Disclosure) ที่อยู่ในกลุ่ม 1 ใน 3 ของบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลสูงสุดจะสูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.795 หรือคิดเป็นประมาณ 26%

เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Salvi et al. (2021) ซึ่งศึกษาผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลขององค์กรที่มีต่อมูลค่ากิจการ การศึกษาที่ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างจากงานของ Srinivasan และ Chen (2020) กล่าวคือใช้แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ขององค์กร ทั้งนี้ตัวแปรแทนที่ใช้วัดระดับการเปิดเผยข้อมูลดิจิทัลจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยการนับ (Manual Content Analysis) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET50 เหตุผลคือมีแนวโน้มว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีความพร้อมมากกว่าในการเปลี่ยนสู่ดิจิทัล (Eller et al., 2020) จึงเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มจะดำเนินการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลมากกว่า เนื่องจากการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะจำแนกได้ชัดเจนกว่าหากศึกษาในบริษัทที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรง ดังนั้นการวิจัยนี้จะศึกษาจากบริษัทที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ซึ่งจากการแบ่งประเภทอุตสาหกรรมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทที่จะถูกคัดออกจากการศึกษาได้แก่ บริษัทในอยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตามเพื่อเพิ่มจำนวนตัวอย่างในการศึกษา การวิจัยนี้ได้รวมเอาบริษัทที่อยู่ในรายชื่อสำรองของ SET50 เข้ามาในการศึกษาด้วย ช่วงเวลาในการศึกษาจะอยู่ระหว่างปี พ.ศ.2559-2563 ดังนั้นข้อมูลจึงเป็นข้อมูลที่รวมข้อมูลอนุกรมเวลาและข้อมูลภาคตัดขวาง (Panel Data) โดยมีจำนวนตัวอย่าง $n=203$ ตัวอย่าง

3.2 แหล่งข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาจะใช้รายงานประจำปี (56-2) จากส่วนลักษณะการประกอบธุรกิจ การรวบรวมข้อมูลจะประกอบไปด้วย 1) ข้อมูลคุณลักษณะของ

กิจการ เช่น อายุ (Age) อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt To Equity) สภาพคล่อง (Liquidity) ขนาดของกิจการ (Size) อุตสาหกรรมที่อยู่ (Industry) เป็นต้น และ 2) ระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลของกิจการ จะใช้ตัวแปรแทนที่ได้จากการนับจำนวนคำที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นคำในรายการที่กำหนดไว้ วิธีการนับคำดังกล่าว สอดคล้องกับแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยการนับ (Manual Content Analysis) ซึ่งนิยมใช้ในการศึกษาระดับของข้อมูล (Salvi et al., 2021) ทั้งนี้คำที่ใช้ในการค้นหาตัดแปลงจากการศึกษาของ Srinivasan และ Chen (2020) ซึ่งเน้นคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกิจการ การศึกษานี้ต้องการสะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลในความหมายที่กว้างขึ้น ดังนั้นจึงได้เพิ่มกลุ่มคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างธุรกิจใหม่ (Corporate Venturing) เข้ามาในการศึกษา ทั้งนี้การค้นหาคำเกือบทั้งหมดจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักเนื่องจากพบว่าการรายงานคำเหล่านี้มักจะใช้คำภาษาอังกฤษทับศัพท์หรือใช้ภาษาไทย โดยมีวงเล็บภาษาอังกฤษกำกับ ยกเว้นคำว่าดิจิทัลและออนไลน์ที่ได้เพิ่มคำค้นภาษาไทยเข้ามาด้วยเนื่องจากเป็นคำที่ใช้ทั่วไปในบริบทต่าง ๆ ทั้งนี้หมวดของคำและคำที่เกี่ยวข้องในแต่ละหมวดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คำที่ใช้สร้างตัวแปรแทน (Proxy) เพื่อใช้วัดระดับการเปิดเผยข้อมูลของกิจการ

คำหลักที่สะท้อนกิจกรรมดิจิทัล	คำที่เกี่ยวข้อง
Analytics	Analytic, Data analytics
Automation	Automation, Autonomous technology, Automated, Robotics, Robotic process automation
AI	Artificial intelligence, Intelligence, Neural network, Virtual reality, Augmented reality
Big Data	Big data, Data science, Data mining, Data Lake Edge computing
Cloud	Cloud, Cloud computing
Digitization	Digitization, Digitalization, Digital strategy, Digital marketing, Business intelligence, Digital, Digital platform, ดิจิทัล
ML	Biometric, Deep learning, Machine

	learning, Natural language processing, Image recognition, Speech recognition
Corporate venturing	Corporate entrepreneurship, Corporate venture capital, Accelerator, Incubator, Innovation lab, Digital lab
Digital transformation	Digital transformation
Internet of things	Internet of things
Online	Online, ออนไลน์
E-commerce	E-commerce, Digital payment, E-payment

3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลจะใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าควอไทล์ที่ 1 ค่าควอไทล์ที่ 3 ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล ตัวแปรตามได้แก่จำนวนคำแสดงข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลในเวลา t ส่วนตัวแปรอิสระในสมการคือข้อมูลลักษณะขององค์กรในช่วงเวลา $t-1$ โดยในการวิเคราะห์จะมีการควบคุมอิทธิพลคงที่ (Fixed Effects) ที่เกิดจากอิทธิพลของอุตสาหกรรม ตัวแปรและรายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาจะปรับใช้แนวทางที่เสนอโดย Srinivasan และ Chen (2020) ซึ่งแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล

ตัวแปรอิสระ	วิธีการวัด
ประวัติการค้าเงินกิจกรรมดิจิทัล	จำนวนคำกิจกรรมดิจิทัล ($t-1$)
อายุของกิจการ	\ln (ระยะเวลาตั้งแต่เข้า IPO)
ขนาดของกิจการ	\ln (สินทรัพย์รวม)
สภาพคล่อง	อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน
ระดับการก่อหนี้	อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน
ความสามารถในการทำกำไร	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม
ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร/สินทรัพย์รวม

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสินทรัพย์ถาวร (CapEx)/สินทรัพย์รวม
เงินสด	เงินสดและรายการเทียบเท่า/สินทรัพย์รวม
อุตสาหกรรม	ตัวแปร Dummy โดย 1 = เกษตร, 2=บริการทางการเงิน, 3=อุตสาหกรรม, 4=ก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์, 5=ทรัพยากร
ตัวแปรตาม	วิธีการวัด
ระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัล	จำนวนคำกิจกรรมดิจิทัล

4. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดกล่าวคือ 44 จาก 46 บริษัทได้มีการรายงานข้อมูลการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลโดยอ้างอิงจากปรากฏค่าที่สะท้อนกิจกรรมทางดิจิทัลในแบบฟอร์มรายงานประจำปีในช่วง พ.ศ.2559-2563 อย่างน้อย 1 คำ ในภาพรวมการดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นตามลำดับตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยจำนวนคำในการรายงานข้อมูลการดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยประมาณ 14 คำใน พ.ศ.2559 เป็น 23 คำ 31 คำ 40 คำ และ 47 คำใน พ.ศ.2560, 2561, 2562, 2563 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเบื้องต้นของค่าที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดิจิทัล

คำ/กลุ่มคำ	Mean	SD	Min	Max	Q1	Q3
Digitization	24.94	31.69	0	166	1	35
Online	5.15	10.44	0	74	0	5
E-commerce	2.04	4.92	0	38	0	2
Automation	1.63	3.10	0	19	0	2
Digital transformation	0.95	2.43	0	19	0	1
Analytics	0.79	1.74	0	11	0	1
Corporate venturing	0.75	3.83	0	49	0	0
AI	0.72	1.69	0	16	0	1
Cloud	0.60	1.63	0	9	0	0
Big data	0.58	1.19	0	8	0	1
Machine learning	0.28	1.01	0	7	0	0
Internet of things	0.22	0.87	0	8	0	0

หากพิจารณาในรายอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสามลำดับแรกที่รายงานข้อมูลกิจกรรมสูงสุดคือบริการทางการเงิน ก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การบริการตามลำดับ จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าการรายงานข้อมูลส่วนใหญ่จะไม่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง โดยค่าที่ปรากฏมากที่สุดสามลำดับแรก ได้แก่ Digitization, Online, และ E-commerce ในขณะที่การรายงานข้อมูลของกิจกรรมทางดิจิทัลที่ค่อนข้างเจาะจงหรือเป็นเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine learning) ปรากฏให้เห็นค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 4 สมการถดถอยพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล

ตัวแปร	Beta	t	Sig.
Constant		-2.777	.006**
จำนวนคำกิจกรรมดิจิทัล	.758	15.76	.000**
ln (ระยะเวลาตั้งแต่เข้า IPO)	-.019	-3.28	.743
ln (สินทรัพย์รวม)	.166	2.457	.015*
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	-.048	-8.93	.374
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	.030	.291	.771
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	.149	2.768	.006**
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	.013	.234	.816
CapEX	.022	.426	.671
เงินสด	-.018	-3.39	.735
Industry เกษตร	.022	.400	.689
Industry การเงิน	.143	1.451	.149
Industry อุตสาหกรรม	.030	.608	.544
Industry ก่อสร้าง	.079	1.519	.131
Industry ทรัพยากร	.066	.956	.341
R-square	0.784		
Adj. R-square	0.763		
F-value(sig.)	36.639(.000**)		

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สมการถดถอยการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่าตัวแปรที่ใช้ในสมการไม่มีปัญหา Multicollinearity โดยไม่พบค่า VIF ที่มากกว่า 10 ในกรณีของการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล จากตารางที่ 4 พบว่าการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลในอดีต ขนาดของกิจการ และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ มีอิทธิพลในทางบวกต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลขององค์กรในปัจจุบัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05, และ 0.01 ตามลำดับ ทั้งนี้ตัวแปรในสมการสามารถอธิบายระดับการเปิดเผยข้อมูลการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลได้ร้อยละ 78.4

5. อภิปรายผล

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาระดับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัล และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่อยู่ในรายชื่อ SET50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีความพร้อมและมีแนวโน้มในการปรับเปลี่ยนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาพบว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ดำเนินการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) และรายงานกิจกรรมดังกล่าวให้นักลงทุนได้ทราบไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท โดยจำนวนการเปิดเผยข้อมูลบ่งชี้ว่าการดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอุตสาหกรรมที่มีการรายงานข้อมูลสูงสุดคือบริการทางการเงิน สอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งอุตสาหกรรมการเงินโดยเฉพาะธนาคาร เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการเปลี่ยนแปลงแบบเปลี่ยนขาดโดยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) ทั้งนี้ข้อมูลหรือค่าที่พบว่าได้รับการรายงานมากที่สุดจะไม่ใช่เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง โดยค่าที่ปรากฏมากที่สุดสามลำดับแรกได้แก่ Digitization, Online, และ E-commerce

ในด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมทางดิจิทัล พบว่าการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมดิจิทัลในอดีต ขนาดของกิจการ และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวก ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Srinivasan & Chen (2020) ที่พบว่ากิจกรรมดิจิทัลในอดีตสามารถอธิบายระดับกิจกรรมดิจิทัลในปัจจุบันได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลเป็นกิจกรรมหรือนโยบายที่มีลักษณะของการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง กิจการที่มีขนาดใหญ่มีการดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลและมีระดับของการเปิดเผยข้อมูลสูงกว่า อย่างไรก็ตามพบผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องในประเด็นอายุของกิจการซึ่งในการศึกษานี้ องค์กรที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มดำเนินกิจกรรมดิจิทัลมากกว่าองค์กรที่มีอายุมากกว่าซึ่งเป็นทิศทางเดียวกับข้อค้นพบของ Srinivasan & Chen (2020) อย่างไรก็ตามอิทธิพลในการศึกษานี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปได้ว่าการศึกษานี้ใช้ระยะเวลาตั้งแต่การทำ IPO เป็นตัวแปรแทนอายุของกิจการซึ่งอาจไม่สะท้อนอายุที่แท้จริงของกิจการเท่าที่ควร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบริษัท

ใน SET50 เหล่านี้มีขนาดใหญ่และเก่าแก่ ดังนั้นแม้บางบริษัทจะเพิ่งเข้าตลาดหลักทรัพย์เป็นเวลานาน แต่ความจริงคือบริษัทได้ก่อตั้งและดำเนินกิจการมายาวนานแล้ว ส่งผลให้อิทธิพลของปัจจัยนี้อาจไม่ต่างจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มาเป็นเวลานานแต่อย่างใด ซึ่งต่างจากการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งบริษัทที่มีอายุน้อยโดยวัดจากระยะเวลาตั้งแต่การทำ IPO นั้นจะเป็นบริษัทที่อายุน้อยจริง โดยอาจเป็นธุรกิจแนวสตาร์ทอัพหรือธุรกิจเกิดใหม่ที่เน้นนวัตกรรมสูง

6. ข้อเสนอแนะ

ผลการค้นพบจากการวิจัยนี้บ่งชี้ว่าบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศไทยมีการเปลี่ยนผ่านการดำเนินงานเข้าสู่ดิจิทัลเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผัน โดยการเปลี่ยนผ่านได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเพิ่มระดับความเข้มข้นมากขึ้น นัยสำคัญคือแม้กระทั่งบริษัทชั้นนำที่มีตำแหน่งทางการตลาดที่เข้มแข็งและมีความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับสูงยังไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลได้ จึงเป็นสัญญาณที่ชัดเจนว่าการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลเพื่อให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตได้นั้นเป็นวาระสำคัญอย่างยิ่งขององค์กรทั่วไปในทุกประเภทและทุกระดับ ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญและริเริ่มการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลโดยการดำเนินการจะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในกลุ่มตัวอย่าง เห็นได้ชัดว่าบริษัทซึ่งมีธุรกิจที่แตกต่างกันหรืออยู่ในอุตสาหกรรมที่ต่างกันจะมีแนวทางในการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลที่หลากหลาย มีการมุ่งเน้นในเทคโนโลยีหรือองค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นแต่ละองค์กรที่ต้องการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลจึงต้องค้นหาแนวทางที่เหมาะสมกับตนเอง นอกจากนี้ควรจะมีสื่อสารการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวให้กับนักลงทุนหรือตลาดได้ทราบเพื่อส่งสัญญาณให้เห็นว่าบริษัทมีแนวโน้มที่จะอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ซึ่งจะส่งผลดีต่อการจัดหาเงินทุนของบริษัทในอนาคตต่อไป

สำหรับการวิจัยในอนาคต เนื่องจากโครงการวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทในกลุ่ม SET50 ซึ่งแม้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเพียงพอต่อการวิเคราะห์แต่ก็อาจจะมีขนาดที่เล็กเกินไปและมีความเป็นไปได้ที่จะไม่สะท้อนภาพที่แท้จริงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลในประเทศไทย

ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เช่น บริษัทในกลุ่ม SET100 นอกจากนี้เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลอาจต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควรจึงจะเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน ดังนั้นในอนาคตเมื่อปริมาณข้อมูลมีความเพียงพอในมิติของระยะเวลาการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของกิจการจะเป็นหัวข้อการวิจัยที่สำคัญและน่าสนใจอย่างยิ่ง

7. เอกสารอ้างอิง

- Annacone (2019). **The 4 types of digital transformation**. Retrieved January 20, 2021 from <https://linkedin.com/pulse/4-types-digital-transformation-andrew-annacone>
- Cockburn, I. M., Henderson, R. and Stern, S. (2018). **The impact of artificial intelligence on innovation (No. w24449)**. National bureau of economic research.
- Correani, A., De Massis, A., Frattini, F., Petruzzelli, A. M. and Natalicchio, A. (2020). Implementing a digital strategy: Learning from the experience of three digital transformation projects. **California Management Review**, 62(4), 37-56.
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A. and Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium -sized enterprise digitalization. **Journal of Business Research**, 112, 119-127.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D. and Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. **MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press**, 14(1-25).
- Kohler, T. (2016). Corporate accelerators: Building bridges between corporation and startups. **Business Horizons**, 59(3), 347-357.

- Lee, J. (2021). **Digital transformation strategy of traditional companies.** **팬립.** Liere-Netheler, K., Packmohr, S. and Vogelsang, K. (2018). **Drivers of digital transformation in manufacturing.** doi:10.24251/HICSS.2018.493
- Margiono, A. (2020). Digital transformation: setting the pace. **Journal of Business Strategy**, 42(5), 315-322.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: the incentive-signaling approach. **The bell journal of economics**, 23-40.
- Salvi, A., Vitolla, F., Rubino, M., Giakoumelou, A., And Raimo, N. (2021). Online information on digitalisation processes and its impact on firm value. **Journal of Business Research**, 124, 437-444.
- Chen, W. and Srinivasan, S. (2020). Going Digital: Implications for Firm Value and Performance. **Harvard Business School Working Paper**, No. 19-117.
- Tabrizi, B., Lam, E., Girard, K. and Irvin, V. (2019, March). Digital transformation is not about technology. **Harvard business review**, 13, 1-6.
- Tambe, P. (2014). Big data investment, skills, and firm value. **Management Science**, 1452-1469
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N. and Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. **Journal of Business Research**, 122, 889-901.

