



M S UDRU JOURNAL

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2565) Vol.4 No.3 (May – June 2022)

ISSN 2228-8031 (Print) ISSN 2697-5300 (Online)

บทความวิจัย

- การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกัฬหลวง ทะละแมลุงพร ตำบลกัฬหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร และ รุ่งทิวา ชูทอง 1
- คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และ สุธินัน ชมเชย 17
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ปฐมพงศ์ ฤกษ์แก้ว และ พิธาน แสนภักดี 29
- ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์
รัฐพงษ์ อ้วนแก้ว, นวลละออง อรรถรังสรรค์ และ มณิสรา สนั่นเอื้อเบ็งโรสง 43
- ผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัด ในจังหวัดบุรีรัมย์
กัญญาสุดา ทาสีดำ 55
- การเชื่อมโยงโซ่อุปทานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำซ้าง
บุษจรี ภักดีจ่อหอ, รดาณีนี พิลลชนกนาก และ ชิตวรา บรรจงปรุ 69
- การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ของชุมชนบ้านผาตูป อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
ภก วุฒิสวัสดิ์ และ ธาณินทร์ คงศิลา 85
- ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกาท่องเที่ยวทะเลบัวแดง
มานน เขียวประจวบ และ นิษา ศักดิ์ชูวงษ์ 101



วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2565)
JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE
UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY
Vol. 4 No. 3
MAY – JUNE 2022
ISSN 2228-8031 (Print)
ISSN 2697-5300 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2565)

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการในกลุ่มสาขาต่าง ๆ ได้แก่ บริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป การบัญชี นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีและผู้เขียนจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป โดยบทความที่ได้รับการตีพิมพ์นั้น ล้วนผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน กำหนดรูปแบบการประเมินโดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้เขียนบทความ และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน (Double-blind peer review)

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กำหนดการเผยแพร่

6 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 มกราคม – กุมภาพันธ์ (กำหนดออกเดือนกุมภาพันธ์)

ฉบับที่ 2 มีนาคม – เมษายน (กำหนดออกเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน (กำหนดออกเดือนมิถุนายน)

ฉบับที่ 4 กรกฎาคม – สิงหาคม (กำหนดออกเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม (กำหนดออกเดือนตุลาคม)

ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน – ธันวาคม (กำหนดออกเดือนธันวาคม)

การจัดพิมพ์

ฉบับละ 300 เล่ม

สถานที่พิมพ์

ศักดิ์ศรีอักษรการพิมพ์

เลขที่ 33 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-341202 โทรสาร: 042-341203

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร: 042-211069

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2565)

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตรา ธัญสุนทรสกุล

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชต สอนสวัสดิ์

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐ อมรภิญโญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย

สาขาวิชาการตลาด

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐ อมรภิญโญ

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสกสรรค์ สายสีสด

สาขาวิชานิติศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิธาน เมฆกมล

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์สิริ ชูศรีโหม

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริสา จิตชัย

สาขาวิชาการบัญชี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังคกุลวัฒน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุพัตินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิงสุวดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวัชรธรรมะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผไทรัตน์ ภาสน์พิพัฒนกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2565)

คณะกรรมการดำเนินงาน

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐ อมรภิญโญ	ประธานกรรมการ
อาจารย์กนกกานดา ไต้จันทร์กอง	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์สุชีรา สิ้นทรัพย์	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์ณัฐศิริ พงศาวลี	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพรพย์ เลิศปรีดากร	กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาวิตรี บุญมี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชума มุลศรี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ดร.สมคิด นาพรม	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
นางธนารีย์ เลิศนราพันธ์	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายชินโชติ หล้ามาชน	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายพีระชัย ศรีบุญเรือง	กรรมการฝ่ายสารสนเทศ
นางสาวชวพร แสงราม	กรรมการฝ่ายการเงินและพัสดุ
นายณฤพนธ์ ลาลด	กรรมการฝ่ายออกแบบรูปเล่ม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2565)

รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ ไรจนแสง
รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณทลบุตร
รองศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิบุญโยภาส
รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณดา ทับทิมจรรยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิปัตย์ โสเถียรธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนิชย์ ไชยแสง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นสื่อกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการ ยึดมั่นในการเป็นเวทีทางวิชาการ ในการพัฒนาผลงานทางวิชาการที่หลากหลายสาขา เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเพื่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจโดยรวม ทุกบทความได้ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบันการศึกษา โดยบทความในฉบับนี้มีองค์ความรู้หลากหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการตลาดดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจ คุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้า การจัดการกำไรของธุรกิจบริการในตลาดหลักทรัพย์ การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจยานยนต์ ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัท การเชื่อมโยงโซ่อุปทานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรป่าไม้ของชุมชนและ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง กองบรรณาธิการวารสารฯ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของวารสารฯ ไว้เป็นอย่างสูง

ภายใต้สถานการณ์เงินเฟ้อพื้นฐานที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ราคาอาหารและสินค้าจำเป็นที่ปรับเพิ่มขึ้น การขึ้นดอกเบี้ยหลายครั้งของสหรัฐ เงินเริ่มไหลกลับไปยังดอลลาร์ ทำให้ค่าเงินแถมเอเชียในหลายประเทศอ่อนค่าลง ที่ชดเชยด้วยการเปิดประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวและปริมาณเงินที่ไหลเข้า บวกด้วยภาคส่งออกที่แม้ปริมาณจะลดลงแต่มูลค่าเพิ่มขึ้น กองบรรณาธิการวารสารฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จากแรงกระตุ้นจากทุกภาคส่วน จะช่วยให้แนวโน้มภาพรวมเศรษฐกิจไทยไปได้ดีในช่วงครึ่งปีหลัง

ณัฐ อมรภิญโญ
บรรณาธิการ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

- บทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
- ผู้เขียนบทความต้องไม่ส่งต้นฉบับบทความซ้ำซ้อนกับวารสารอื่น
- ข้อมูลในบทความจะต้องเกิดจากผลการทำวิจัยของผู้เขียน ไม่มีการบิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ
- ผู้เขียนบทความต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานตนเอง เช่น ภาพ ตาราง หรือข้อความที่เป็นเนื้อหา เป็นต้น รวมทั้งจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความตามรูปแบบที่กำหนด
- ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรที่วารสารกำหนดไว้
- ผู้เขียนที่มีชื่อในบทความ ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการบทความนั้นๆ จริง
- ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยนี้ และหากมีผลประโยชน์ทับซ้อนจะต้องระบุในบทความและแจ้งให้บรรณาธิการได้รับทราบ

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

- บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ และไม่มีตีพิมพ์บทความที่เคยผ่านการตีพิมพ์จากที่อื่นมาก่อนแล้ว
- บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน และผู้ประเมินบทความ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องได้รับทราบ
- บรรณาธิการมีหน้าที่ในการคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความถูกต้องของระเบียบวิธีวิจัย และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย มาเป็นหลักเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ
- บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ
- บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง
- หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความทันที เพื่อแจ้งผลตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
- หากบรรณาธิการตรวจสอบพบว่า บทความมีการคัดลอกบทความอื่นโดยมิชอบ หรือปลอมแปลงข้อมูลอันเป็นเท็จ และเป็นเหตุให้ถูกถอดถอนบทความ หากผู้เขียนปฏิเสธการถอดถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอดถอนบทความได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนบทความ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

- ผู้ประเมินบทความ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
- หากผู้ประเมินบทความรับทราบว่าตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ
- ผู้ประเมินบทความ ควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น โดยพิจารณาจากเนื้อหาสาระในบทความว่ามีความสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของตนเอง
- หากผู้ประเมินบทความพบว่ามีส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความที่มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการได้รับทราบ

สารบัญ

บทบรรณาธิการ.....	vi
จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	vii
สารบัญ.....	ix
บทความวิจัย	
การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลุ่มพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	
ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร และ รุ่งทิวา ชูทอง.....	1
คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และ สุธิมน ชมเชย.....	17
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย	
ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และ พิธาน แสนภักดี.....	29
ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์	
รัฐพงษ์ อ้วนแก้ว, นวลละออง อรรถรังสรรค์ และ มณิสรา สนั่นเอื้อเม้งไธสง.....	43
ผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัด ในจังหวัดบุรีรัมย์	
ทิพย์สุดา ทาสีดำ.....	55
การเชื่อมโยงโซ่อุปทานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง	
นุชจรี ภักดีจ้อหอ, รตามณี พัลลภชนกนาถ และ ชิตวรา บรรจงปฐ.....	69
การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ของชุมชนบ้านผาตูบ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน	
ภก วุฒิสวัสดิ์ และ ธานินทร์ คงศิลา.....	85
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง	
มานน เขียวประจวบ และ นิชา ศักดิ์ชูวงศ์.....	101
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน.....	117

ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้
ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้จัดทำ บรรณาธิการ
กองบรรณาธิการ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่อง
เป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน

การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง
กะละแมลูงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
DIGITAL MARKETING MANAGEMENT, THAP LUANG COMMUNITY ENTERPRISE
GROUP, KALAMAE LUNGPHON, THAP LUANG SUBDISTRICT,
MUEANG DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE

ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร¹ และ รุ่งทิวา ชูทอง¹

Ntapat Worapongpat¹ and Rungtiva Choothong¹

¹ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมชุมชน ผู้ประกอบการและการท่องเที่ยว

¹Center for Knowledge Transfer, Technology and Community Innovation Entrepreneurship and tourism

(Received: May 31, 2020; Revised: June 22, 2021; Accepted: October 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น 2) ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลกะละแมลูงพร สร้าง website การพัฒนาเพจ Facebook โปรไฟล์ สโลแกน วิธีการโพสต์ ดิตแฮชแท็กและเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่สะดวกขึ้น โดยการสแกน QR Code ที่เชื่อมต่อกับ Line กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลูงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม การศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Questions) และเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) Google Form ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การหาค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลูงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการพัฒนาเพจ Facebook อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดทำและพัฒนา Page Facebook สร้างการรับรู้มากขึ้น ($\bar{x} = 4.08$) รูปภาพสินค้าและวิดีโอมีความดึงดูดและน่าสนใจ ($\bar{x} = 4.05$) ข้อมูลข่าวสารเนื้อหาต่าง ๆ มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.02$) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ($\bar{x} = 3.99$) QR Code ทำให้มีความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น ($\bar{x} = 3.98$) และ Page Facebook มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 3.95$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การจัดการตลาดดิจิทัล, สื่อสังคมออนไลน์, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์กะละแม

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) develop products of the community to be outstanding, known and reach more target customers. 2) transfer digital marketing technology, create Kalamae Lungphon Website, Facebook Page profile, slogan, posting method, hashtags and more convenient product purchase channels by scanning QR

Code connected to Line. The sample group used in this research were community enterprise group. Thap Luang Kalamaelungphon, Thap Luang Sub-district, Mueang District, Nakhon Pathom Province. The research instruments used in this research were divided into 2 parts: the qualitative research tool; Using In-depth Interview Questions and a quantitative research tool, the Google Form questionnaire was a tool to collect data from the sample. The statistics used in the analysis of the data were the percentage, and mean. The research results found that the opinions of consumers towards digital marketing management of Thap Luang Kalamalungphon Community Enterprise Group, Thap Luang Sub-district, Mueang District, Nakhon Pathom Province. Regarding the development of Facebook pages, it was at a high level ($\bar{x}$ = 4.01). Considering the item, it was found that the overall opinion was at a high level, i.e. the creation and development of a Facebook Page created more awareness ($\bar{x}$ = 4.08). Product images and videos are attractive and attractive ($\bar{x}$ = 4.05) information and content. is appropriate ($\bar{x}$ = 4.02) The preparation of public relations media can be used to further a benefit of the community ($\bar{x}$ = 3.99) QR Code makes it more convenient to use ($\bar{x}$ = 3.98) and the Facebook Page is interesting and reliable ($\bar{x}$ = 3.95), respectively.

Keywords: Digital Marketing Management, Social Media, Community Enterprise Group, Caramel Products

บทนำ

กะละแม คือขนมไทยโบราณที่มีลักษณะทำมาจากแป้งเหนียวสีดำ เป็นขนมหนึ่งในสามชนิดที่นิยมทำขึ้นในวันปีใหม่ของคนไทยในสมัยก่อน นิยมทำกันในช่วงงานเทศกาลสงกรานต์หรือวันขึ้นปีใหม่ของไทยซึ่งจะต้องทำให้เสร็จก่อนวันสงกรานต์คือ ข้าวเหนียวแก้วข้าวเหนียวแดงและกะละแม เพราะการทำขนมเหล่านี้ต้องอาศัยแรงงานคนมาช่วยกันกวนขนมจึงถือเป็นการเริ่มต้นปีใหม่ด้วยความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของคนไทย ช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วยมิตรไมตรีเป็นความดีงามในชีวิตภายภาคหน้าสืบต่อไป และเมื่อทำขนมเสร็จแล้วก็จะมีการแบ่งปันขนมกลับไปกินที่บ้านของแต่ละคนขนมกะละแมเชื่อว่ามีต้นกำเนิดที่มาจากขนมกาลาแม็งของฝรั่งเศส หรือคาราเมลของอังกฤษ หรือเกลไลของชาวมลายูท่านพุทธทาสภิกขุตั้งข้อเสนอน่าจะมาจากขนมสุลวะของอินเดียที่มีส่วนผสมเป็นนม แป้งและน้ำตาลปัจจุบันกะละแมมีหลากหลายสีและมีรสชาติที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสูตรของแต่ละผู้ผลิตผู้ผลิตบางราย (กะละแม ขนมไทย 9) มงคลสรรหาความแปลกใหม่ให้ขนมกะละแม ดูเปลี่ยนไปจากเดิมคือมีสีสันที่น่ารับประทานมากขึ้นและเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยแต่ก็ยังมีกะละแมสดหลายที่ที่ผู้ผลิตยังคงอนุรักษ์ความเป็นไทยเอาไว้ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษจนถึงรุ่นปัจจุบัน กะละแมลุงพร ชูจุดขายกะละแมหลากสี สูตรสมุนไพรผลไม้ โดยผู้ประกอบการและชุมชนพยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์กะละแมที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติพื้นบ้าน ซึ่งมาจากการเดิมส่วนผสมของพืชผักผลไม้ตามธรรมชาติลงไป จนได้ผลิตภัณฑ์กะละแมอีกรูปแบบที่มีความแตกต่างในท้องตลาดทั่วไป “สำหรับ

กะละแมหลากหลายที่เห็นมาจากการเดิมพืชผัก สมุนไพรตามธรรมชาติลงไป เช่น กะละแมสีเหลืองมาจาก สับปะรดกะละแมสีเขียวนมาจากใบเตยและกะละแมสีชมพูมาจากสตอว์เบอร์รี เป็นต้นโดย ผู้ประกอบการและชุมชนไม่หยุดนิ่งในการที่จะพัฒนากะละแมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้ชิม กะละแมอร่อย แบบไม่ซ้ำซากจำเจดังนั้นแต่เนื่องจากผลกระทบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายขาดโอกาส ทางการตลาดที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทางคณะผู้จัดทำจึงเล็งเห็นปัญหาของกะละแมลุ่มพรและให้ ความสำคัญของการจัดการการตลาดดิจิทัล จึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะพัฒนาและถ่ายทอดให้ความรู้ ให้กับเจ้าของกิจการเกี่ยวกับการสร้าง Website พัฒนาเพจ Facebook เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกขึ้นโดยการสแกน QR Code ที่เชื่อมต่อกับ Line เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงลูกค้า เป้าหมายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการตลาดผลิตภัณฑ์กะละแมลุ่มพร โดยการสอนสร้าง สื่อสังคมออนไลน์และเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กะละแมในเขตจังหวัดนครปฐมและ กรุงเทพมหานคร จะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกเฉพาะผู้เข้า ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่สร้างขึ้น และมีการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการชุมชนที่พหุลวงกะละแม จำนวน 207 คน ใช้แบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้เก็บข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อ การศึกษาการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พหุลวง กะละแมลุ่มพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม

2.1 การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารๆ เพื่อออกแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เชิงลึก (In-depth Interview Questions) โดยมีสาระตรงกับวัตถุประสงค์ เพื่อสอบถามผู้ที่มี ประสบการณ์ตรงและเกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พหุลวง กะละแมลุ่มพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม โดยถามข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการจัดการและพัฒนาตลาดดิจิทัลกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนที่พหุลวง กะละแมลุ่มพรจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 การจัดทำตลาดดิจิทัล มีประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พหุลวง กะละแมลุ่มพร อย่างไร จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ท่านจะนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการตลาดดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ต่อยอดกับ กิจการหรือไม่ จำนวน 3 ข้อ

2.2 การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม โดยการสร้างแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ด้วย Google Form มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใด ใช้แพลตฟอร์มใดในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ “การจัดการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม” ได้แก่ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการโฆษณา ด้านการพัฒนาเพจ Facebook ด้านพัฒนาช่องทาง Instagram ด้านพัฒนาช่องทาง Line ด้านการขายผ่าน Shopee

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์โดยใช้วิธีการจดบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แล้วนำมาวิเคราะห์พร้อมทั้งแยกแยะจับประเด็น เพื่อให้ข้อมูลเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ด้วย Google Form

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจำแนกถ้อยคำ หรือข้อความที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงความคิดเห็น แล้วนำมาวิเคราะห์ อภิปรายถึงข้อเท็จจริง และประเด็นสำคัญ เพื่อตอบคำถามการศึกษา

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยการตรวจสอบข้อมูล (Editing) ความถูกต้องของแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก ลงรหัส (Coding) แบบสอบถาม แล้วประมวลผลแต่ละส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistical) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ “การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม” โดยใช้สถิติพรรณนา Descriptive Statistical) โดยค่าเฉลี่ย (Mean) เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็น โดยมีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
3	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
1	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายค่าร้อยละข้อมูล (บุญชม ศรีสะอาด. 2535: 101)

$$\text{สูตรในการคำนวณ} \quad P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

n แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละและ

N แทน จำนวนหรือความถี่ทั้งหมด

2. สถิติที่ใช้ในการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการหาค่ากลางจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง (บุญชม ศรีสะอาด. 2535: 102)

$$\text{สูตรในการคำนวณ} \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

N แทน จำนวนคะแนนในกลุ่มข้อมูลทั้งหมด

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 16 ปี	48	23.19
17 – 36 ปี	55	26.57
37 – 52 ปี	74	35.75
53 ปี ขึ้นไป	30	14.49
รวม	207	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 37 - 52 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 อายุ 17 - 36 ปีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 26.57 ต่ำกว่า 16 ปีมีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.19 และ 53 ปี ขึ้นไปจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.49 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 3 ชม./วัน	46	22.22
3 – 6 ชม./วัน	59	28.50
6 – 9 ชม./วัน	54	26.09
มากกว่า 9 ชม./วัน	48	23.19
รวม	207	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน 3 - 6 ชม./วัน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 6 - 9 ชม./วัน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 26.09 มากกว่า 9 ชม./วัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.19 และ 1 – 3 ชม./วัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใด

ท่านมีพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โพสต์ Post	52	25.12
แชร์ Share	63	30.43
เช็คอิน Check in	48	23.19
อื่นๆ	44	21.26
รวม	207	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบแชร์ Share จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 30.43 โพสต์ Post จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 25.12 เช็คอิน Check in จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.19 และอื่น ๆ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 21.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้แพลตฟอร์มในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์

ท่านใช้แพลตฟอร์มใดในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
Facebook	48	23.19
Lazada	43	20.77
JD central	41	19.81
Shopee	45	21.74
อื่น ๆ	30	14.49
รวม	207	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่ มีการใช้ Facebook จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.19 Shopee จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 Lazada จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.77 JD central จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19.81 และอื่น ๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.49 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ “การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง ตำบลทัพหลวง ใกล้เคียง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม”

ตารางที่ 5 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง ใกล้เคียง	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบของเว็บไซต์	3.96	มาก
ด้านการโฆษณา	3.98	มาก
ด้านการพัฒนาเพจ Facebook	4.01	มาก
ด้านการพัฒนา Instagram	3.94	มาก
ด้านการพัฒนาช่องทาง Line	4.00	มาก
ด้านการขายผ่าน Shopee	3.94	มาก
รวม	3.97	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.97) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนาเพจ Facebook ($\bar{x}$ = 4.01) ด้านการพัฒนาช่องทาง Line ($\bar{x}$ = 4.00) ด้านการโฆษณา ($\bar{x}$ = 3.98) ด้านการ

ออกแบบของเว็บไซต์ ($\bar{x}$ = 3.96) ด้านการพัฒนา Instagram และด้านการขายผ่าน Shopee ($\bar{x}$ = 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์

ด้านการออกแบบของเว็บไซต์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1.การค้นหาเว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้อย่างไม่ยาก	4.03	มาก
2.หน้าโฮมเพจมีความสวยงามน่าสนใจ	3.98	มาก
3.การประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม	3.87	มาก
4.เว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งาน	3.99	มาก
รวม	3.96	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลุ่มพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการออกแบบของเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.96) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ การค้นหาเว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้อย่างไม่ยาก ($\bar{x}$ = 4.03) เว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{x}$ = 3.99) หน้าโฮมเพจมีความสวยงามน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 3.98) และการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม ($\bar{x}$ = 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ข้อมูลความคิดเห็นของบริโภคด้านการโฆษณา

ด้านการโฆษณา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1.รูปภาพและสินค้ามีความน่าสนใจ	3.99	มาก
2.มีการโปรโมทอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ง่าย	3.97	มาก
3.เมื่อรับชมโฆษณาแล้วทำให้เกิดความอยากซื้อสินค้า	3.98	มาก
รวม	3.98	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลุ่มพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการโฆษณา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.98) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ รูปภาพและสินค้ามีความน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 3.99) เมื่อรับชมโฆษณาแล้วทำให้เกิดความอยากซื้อสินค้า ($\bar{x}$ = 3.98) และมีการโปรโมทอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{x}$ = 3.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านการพัฒนาเพจ Facebook

ด้านการการพัฒนาเพจ Facebook	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. ข้อมูลข่าวสารเนื้อหาต่างๆ มีความเหมาะสม	4.02	มาก
2. Page Facebook มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ	3.95	มาก
3. การจัดทำและพัฒนา Page Facebook สร้างการรับรู้มากขึ้น	4.08	มาก
4. รูปภาพสินค้าและวิดีโอมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.05	มาก
5. QR Code ทำให้มีความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น	3.98	มาก
6. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน	3.99	มาก
รวม	4.01	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการการพัฒนาเพจ Facebook อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.01) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดทำและพัฒนา Page Facebook สร้างการรับรู้มากขึ้น ($\bar{x}$ = 4.08) รูปภาพสินค้าและวิดีโอมีความดึงดูดและน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 4.05) ข้อมูลข่าวสารเนื้อหาต่างๆ มีความเหมาะสม ($\bar{x}$ = 4.02) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ($\bar{x}$ = 3.99) QR Code ทำให้มีความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น ($\bar{x}$ = 3.98) และ Page Facebook มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ ($\bar{x}$ = 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านการพัฒนา Instagram

ด้านการพัฒนา Instagram	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปภาพมีความน่าสนใจ	3.88	มาก
2. รูปภาพสามารถดึงดูดลูกค้า	3.96	มาก
3. สามารถเข้าถึงรูปภาพได้ด้วยการติดแฮชแท็ก	3.98	มาก
รวม	3.94	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการการพัฒนา Instagram อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถเข้าถึงรูปภาพได้ด้วยการติดแฮชแท็ก ($\bar{x}$ = 3.98) รูปภาพสามารถดึงดูดลูกค้า ($\bar{x}$ = 3.96) และ รูปภาพมีความน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 3.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านการพัฒนาช่องทาง Line

ด้านการพัฒนา Line	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. ตอบรวดเร็ว	3.97	มาก
2. บริการประทับใจ	4.02	มาก
รวม	4.00	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการพัฒนาช่องทาง Line อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า บริการประทับใจ ($\bar{x} = 4.02$) และตอบรวดเร็ว ($\bar{x} = 3.97$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านการขายผ่าน Shopee

ด้านการขายผ่าน Shopee	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการจัดส่งที่ดี	3.91	มาก
2. การจัดส่งมีหลายรูปแบบให้เลือก	3.96	มาก
รวม	3.94	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการขายผ่าน Shopee อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า การจัดส่งมีหลายรูปแบบให้เลือก ($\bar{x} = 3.96$) และมีการจัดส่งที่ดี ($\bar{x} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 หลังการพัฒนาสื่อดิจิทัลให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร

หลังการพัฒนาสื่อดิจิทัลให้กับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. มีลูกค้าจากการจัดทำสื่อดิจิทัลต่อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น	5.00	มากที่สุด
2. เพิ่มผู้สนใจในแฟนเพจ Facebook	5.00	มากที่สุด
3. ยอดผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้นหลังจากการพัฒนาสื่อดิจิทัล	5.00	มากที่สุด
4. มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากยิ่งขึ้น	5.00	มากที่สุด
รวม	5.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่าความพึงพอใจของเจ้าของกิจการกะละแมลงพร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 5.00$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีลูกค้าจากการจัดทำสื่อดิจิทัลต่อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

($\bar{x}$ = 5.00) เพิ่มผู้สนใจในแฟนเพจ Facebook ($\bar{x}$ = 5.00) ยอดผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้นหลังจากการพัฒนาสื่อดิจิทัล ($\bar{x}$ = 5.00) และมีช่องทางการจัดจำหน่ายมากยิ่งขึ้น ($\bar{x}$ = 5.00) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ SWOT

1. จุดแข็ง (Strength)

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) :

- กะละแมทำจากข้าวเหนียว กะทิ และสับปะรด กวนอย่างพิถีพิถัน มีกลิ่นหอมหวานชวนรับประทาน มีหลากหลายสีสันทันในเลือก
- บรรจุห่อหุ้มกะละแมด้วยพลาสติกเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า นำทั้งสองชิ้นมาประกบเข้าด้วยกันมัดด้วยเชือกกล้วยออกมาเป็นรูปทรงข้าวต้มมัดเล็ก
- สินค้าผ่านมาตรฐาน GMP ได้รับรองเครื่องหมายจากสถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม

- ได้รับรางวัลเป็นสินค้า OTOP 5 ดาว ของจังหวัดนครปฐม

1.2 ด้านราคา (Price) : ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์

1.3 ด้านสถานที่ (Place) :

- สถานที่ตั้งสะดวกในการเดิน
- มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางออนไลน์และหน้าร้าน

1.4 ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) :

- มีส่วนลด โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย
- โปรโมชั่นส่วนลด

2. จุดอ่อน (Weakness)

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) :

- ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน 20 วัน

2.2 ด้านราคา (Price) :

- ต้นทุนวัตถุดิบค่อนข้างราคาสูงเนื่องจากซื้อจำนวนน้อย

2.3 ด้านสถานที่ (Place) :

- ไม่มี

2.4 ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) :

- ต้องซื้อจำนวนมากถึงจะได้รับส่วนลด

3. โอกาส (Opportunity)

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) :

- สามารถพัฒนาเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้เนื่องจาก รัฐบาลไทยได้มีการสนับสนุน
- การพัฒนา การประชาสัมพันธ์ และการส่งออกผลิตภัณฑ์โอท็อป

3.2 ด้านราคา (Price) :

- ไม่มี

3.3 ด้านสถานที่ (Place) :

- ช่องทางจำหน่ายสินค้าในสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากตลาดE-Commerce และตลาด facebook มีอัตราการเติบโตขึ้น

3.4 ด้านส่งเสริมการขาย(Promotion) :

- จัดทำโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลหรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ ตามเทรนด์ต่าง ๆ ตามยุคสมัยในปัจจุบัน

4. อุปสรรค (Threat)

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) :

- ปัจจุบันมีธุรกิจเกิดขึ้นมากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นกับธุรกิจสินค้าประเภทเดียวกัน หรือสินค้าทดแทน

4.2 ด้านราคา(Price) :

- รัฐบาลจัดเก็บภาษีเพิ่มขึ้นอาจทำให้มีผลกระทบกับราคาสินค้าที่อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลง ตามสถานการณ์เศรษฐกิจ

4.3 ด้านราคา(Price) :

- ราคาแข่งขันค่อนข้างยากเมื่อเทียบกับสินค้าขนมขบเคี้ยวในท้องตลาดทั่วไป

4.4 ด้านส่งเสริมการขาย(Promotion) :

- การทำตลาดไปที่กลุ่มเป้าหมายใหม่เช่นกลุ่มวัยรุ่น วันทำงาน ค่อนข้างน้อย

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการตลาดผลิตภัณฑ์กะละแมลงพร โดยการสอนสร้างสื่อสังคมออนไลน์และเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด

1.1 เมื่อพิจารณาจากการออกแบบของเว็บไซต์ พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ การค้นหาเว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้อย่างไม่ยาก เว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งาน หน้าโฮมเพจมีความสวยงามน่าสนใจและการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (Yang, Kim, Dhalwani & Vu, 2008) กล่าวว่า เนื้อหาเว็บไซต์ (Contents) คือส่วนประกอบของเนื้อหาเว็บไซต์ที่ประกอบด้วยเนื้อหา ข้อมูลที่น่าสนใจอยู่บนเว็บไซต์ในรูปแบบของตัวอักษร ภาพประกอบ รวมไปถึงการใช้เสียงและไฟล์วิดีโอต่าง ๆ และสอดคล้องกับ งานวิจัย ศุภิกา ดวงมณี (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย” พบว่า รูปแบบของข้อมูลข่าวสารจะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ และส่วนใหญ่จะมีรูปแบบเรียบง่ายเป็นตัวหนังสือมีภาพประกอบ และในอนาคตสื่อมวลชนจะใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น ในรูปแบบที่ทันสมัยขึ้น แต่ยังคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก

1.2 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาด้านการโฆษณา พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ รูปภาพและสินค้ามีความน่าสนใจเมื่อรับชมโฆษณาแล้วทำให้เกิดความอยากซื้อ

สินค้าและมีการโปรโมทอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่น และศิริชัย สุวรรณประภา (2551) อธิบายความสำคัญของการติดตามและประเมินผลการโฆษณาว่า เป็นการตรวจสอบเพื่อให้ได้คำตอบว่า การโฆษณาที่ได้ดำเนินการไปแล้วมีปัญหา มีข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร เป็นไปตามกำหนดเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่ รวมทั้งติดตามว่ามีผู้รับสารเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่ เป็นการวัดประสิทธิผลของการโฆษณาว่าคุ้มค่าและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

1.3 เมื่อพิจารณาจากการการพัฒนาเพจ Facebook พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดทำและพัฒนา Page Facebook สร้างการรับรู้มากขึ้นรูปภาพสินค้าและวิดีโอมีความดึงดูดและน่าสนใจข้อมูลข่าวสารเนื้อหาต่าง ๆ มีความเหมาะสมการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน QR Code ทำให้มีความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้นและ Page Facebook มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fan page Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/” พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาได้รับความนิยมจากความน่าสนใจและมีความแตกต่าง มีการใช้คำแสดงภาพลักษณ์และคำร่วมสมัย นอกจากนี้การโพสรูปหรือข้อมูลของนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหรือมีความโดดเด่นก็ทำให้ได้รับความสนใจจากแฟนเพจเพิ่มมากขึ้น

1.4 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนา Instagram พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถเข้าถึงรูปภาพได้ด้วยการติดแฮชแท็กรูปภาพสามารถดึงดูดลูกค้าและ รูปภาพมีความน่าสนใจซึ่งสอดคล้องกับบทความของ กสิน จารุวรรณ (2559) เรื่อง การตลาดผ่าน Instagram ดึงดูดลูกค้าด้วยฟังก์ชันลูกเล่นใหม่ ๆ ขึ้นมา เพื่อดึงดูดคน จากผู้บริโภคให้มาใช้เวลากับอินสตาแกรมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเป็นประโยชน์ให้กับทั้งผู้ประกอบการและนักการตลาดได้อย่างแน่นอน โดยคอนเทนต์นี้จะประกอบไปด้วยขั้นตอนการสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจ ผ่าน อินสตาแกรมการสร้างคอนเทนต์ของคุณคือแก่นและรากฐานของกลยุทธ์การตลาดบน อินสตาแกรม หากคอนเทนต์ที่คุณโพสต์ไม่น่าสนใจหรือไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของคุณเลย คุณจะประสบความสำเร็จได้ยากมาก สิ่งที่คุณควรคือกำหนด ประเภทของคอนเทนต์ที่คุณต้องการนำเสนอ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ของคุณ ให้คนจดจำได้ Product-Centric (ใช้สินค้าเป็นหลัก) นี่เป็นกลยุทธ์พื้นฐานของการทำการตลาดบน อินสตาแกรมการที่มีคอนเทนต์ที่โฟกัสไปที่สินค้าหลัก แปลว่ารูปภาพและวิดีโอส่วนมากที่โพสต์จะเน้นแสดงความโดดเด่นจากตัวสินค้า ซึ่งเป็นแนวทางการทำการตลาดที่ซื้อตรงบนแพลตฟอร์มนี้

1.5 ผลการอภิปรายผลข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อพิจารณาจากกรอบแนวงานวิจัยของ สุภักดิ์ ถาวรนิติกุล (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลหรือคลิปวิดีโอเพื่อการสื่อสารรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ มีเอกลักษณ์ ทันสมัย ดึงดูด ความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ส่วนประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย ส่วนหัวเรื่อง ข้อความ ภาพประกอบ ข้อมูลการติดต่อ และข้อมูลผู้จัดทำและจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กลุ่มอาชีพ

เกษตรกรให้รู้จักการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป ผู้เกี่ยวข้องและผู้รับผิดชอบชุมชนควรมีการติดตามผลการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย ทั้งด้านสินค้า ราคา การส่งเสริมการขาย อีกทั้งควรใช้ช่องทางอื่น ๆ ร่วมด้วยเพื่อให้มีลักษณะเป็น digital ecosystem โดยชุมชนต้องตั้งผู้บริหารสื่อสังคมออนไลน์ มีการโต้ตอบกับลูกค้าที่เข้ามาทักทายทันทีทั้งที่ ใช้สื่อเว็บไซต์และ inbox ในการสั่งซื้อ ควบคู่ไปกับ page facebook ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นช่องทางออนไลน์ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็ว
2. ข้อเสนอเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในสื่ออื่น ๆ ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมเพื่อหาความสัมพันธ์ของสื่อที่ใช้กับผลิตภัณฑ์และผู้ใช้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กสิณ จารุวรรณ. (2559).สรุปกลยุทธ์การตลาดผ่าน Instagram ปี 2017 ดึงดูดลูกค้าด้วย Visual Content. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://stepstraining.co/trendy/how-to-create-an-instagram-marketing-strategy>.
- ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก. (2558). กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก http://irid.bu.ac.th/research_db/re_authorgroup.php?fullname.
- ปิยวิทย์ เจนกิจจาไพบุลย์ (2540). ประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://sites.google.com/site/rudchanonm512557/prawati-khwam-pen-ma-khxng-websit>
- พศิน ปิตินนฤทธิ์ (2552). สื่อสังคม. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://news.siamphone.com/news-31061.html>
- วิน รัตนธีรารัตน์ (2553) ทศนคติต่อการทำการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบ Viral video และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแชร์ออนไลน์วิดีโอของผู้ใช้ Facebook. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการเงิน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่น และ ศิริชัย สุวรรณประภา. (2551). การโฆษณา. กรุงเทพฯ: เจริญรุ่งเรืองการพิมพ์.
- ศุภิกา ดวงมณี. (2539). การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุวัค ถาวรนิติกุล. (2557). การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร
กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. **วารสารวิชาการ Veridian
E-Journal**, 7(2), 1137-1148.
- Ezythaicooking. **กะละแม ขนมไทย 9 มงคล**. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก
http://www.ezythaicooking.com/free_dessert_recipes/Thai_dessert_kanom_ga-la-mair_th.html.
- Yang, T. A., Kim, D. J., Dhalwani, V., and Vu, T. K. (2008). The 8C framework as a
reference model for collaborative value webs in the context of web 2.0. In
The 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences,
Hawaii, USA, 319-319.

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

SERVICE QUALITY AFFECTING USERS' SATISFACTION WITH THE PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY, PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ¹ และ สุธีมน ชมเชย¹

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Theerasak Supprasert¹ and Suteemon chomchey¹

¹Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi

(Received: February 23, 2021; Revised: September 29, 2021; Accepted: October 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านความสามารถในการเข้าถึง ของ ผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 385 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ตามความ สะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน T-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ด้านการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านความสามารถในการเข้าถึง อยู่ใน ระดับมากที่สุด ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกอบด้วย ด้านความสะดวกที่ ได้รับจากการบริการ ด้านการประสานงานของการบริการ ด้านอัตราค่าบริการและความสนใจของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมากผลการทดสอบ ผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพในการ ให้บริการ ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านความสามารถ ในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ,ความพึงพอใจ,การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the service quality factors, including service from the staff, location and environment, and accessibility of the users of the Provincial Electricity Authority, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 2) to study the satisfaction of the service users of the Provincial Electricity Authority, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 3) to study the quality of service affecting the

satisfaction of the service users of the Provincial Electricity Authority, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The study was a quantitative research. A questionnaire was used to collect data from 385 people who came to the Provincial Electricity Authority of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province by convenience sampling. The data were analyzed using descriptive statistics, frequency, percentage, mean, and standard deviation, T-test, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis techniques.

The research findings indicated that the opinions on service quality factors, namely staff service, location and environment, and accessibility, were at the highest level. The level of opinion and satisfaction of the service users consisted of the convenience received from the service, the coordination of the service, the hospitality and the interest of the service users, which were at a high level. The results of the multiple regression analysis revealed that service quality factors, namely service from the staff, location and environment, and accessibility affected the user satisfaction of the Provincial Electricity Authority Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.

Keywords : service quality, satisfaction, Provincial Electricity Authority

บทนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค หรือ กฟภ. (Provincial Electricity Authority ตัวย่อ PEA) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงมหาดไทย มีหน้าที่บริการจำหน่ายไฟฟ้าแก่ประชาชนในส่วนภูมิภาคทุกจังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้นกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นเขตรับผิดชอบของการไฟฟ้านครหลวง (วิกิพีเดีย, 2563) ครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 99 ของพื้นที่ประเทศทั้งหมด หรือประมาณ 510,000 ตารางกิโลเมตร (มบุญ ใจชื่อ, 2560) ประเทศไทยมีไฟฟ้าใช้ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2427 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้รับการสถาปนาตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2503 วันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2503 มีหน้าที่หลักในผลิตกระแสไฟฟ้า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีการปรับโครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน มุ่งมั่นให้บริการพลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านคุณภาพและบริการ มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศด้านธุรกิจพลังงานไฟฟ้า ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ร่วมสร้างคุณค่าสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ PEA Digital Utility (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่, 2563)

ในปัจจุบันไฟฟ้าเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทุกคน และยังเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ เป็นการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ เช่น การใช้ไฟฟ้าเพื่อแสงสว่าง เป็นต้น การใช้ไฟฟ้าในบริษัทหรือสถานประกอบการเพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการ ตามโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมต่าง ๆ ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ เป็นต้น ภาครัฐให้บริการประชาชน ภาคเอกชนอาจเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ ส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้พลังงานไฟฟ้า เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ในส่วนภาคประชาชนทุกหลังคาเรือนล้วนแต่มี

เครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นส่วนใหญ่เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต เช่น หลอดไฟ พัดลม แอร์ โทรทัศน์ รวมถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านพลังงานกับประชาชนและสถานประกอบการที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการ การให้บริการอย่างมีคุณภาพ และก่อให้เกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัยต้องการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ที่จะได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น และนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการไฟฟ้าได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านความสามารถในการเข้าถึง ของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

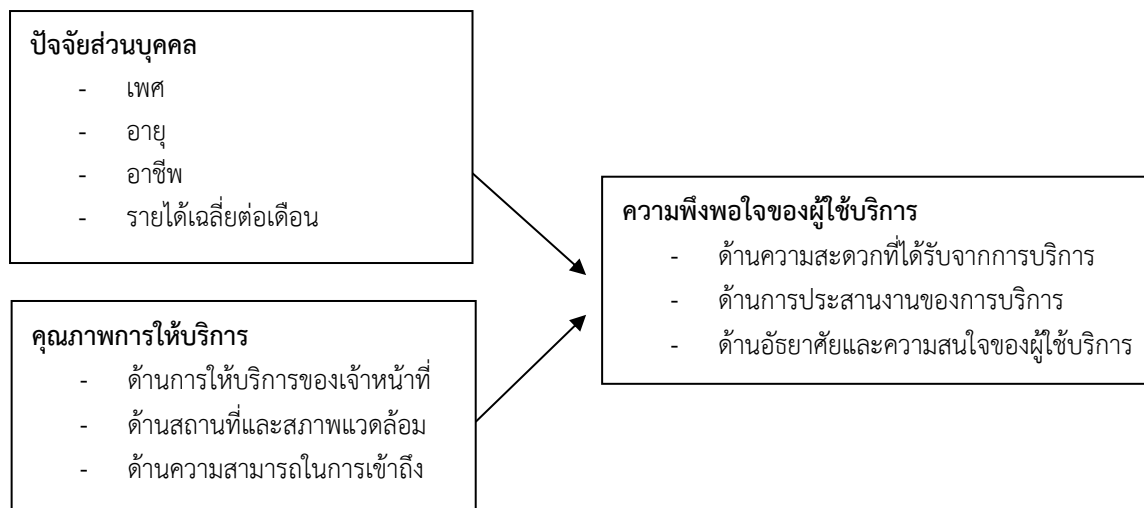
สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การให้บริการของเจ้าหน้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2 สถานที่และสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 ความสามารถในการเข้าถึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ตามความสะดวก (Convenience Sampling) เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์พบว่าจำนวนชุดข้อมูลที่สามารถใช้ได้ มีจำนวน 385 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูลเอกสารหนังสือ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับประเด็นเนื้อหาและขอบเขตการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนผู้ที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) จำนวนคำถามทั้งสิ้น 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ 4 ข้อ สถานที่และสภาพแวดล้อม 2 ข้อ ความสามารถในการเข้าถึง 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ 3 ข้อ ด้านการประสานงานของการบริการ 2 ข้อ ด้านอัตราค่าบริการและความสนใจของผู้ใช้บริการ 3 ข้อ จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสนำเสนอความคิดเห็น

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2-3 เป็นคำถามปลายปิด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดย 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหา (IOC : Index of Item Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จากการตรวจสอบอยู่ระหว่าง 0.853-0.921 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง สามารถใช้เก็บข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลตามสะดวก จากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยข้อมูลถูกเก็บรวบรวมในช่วงเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	202	52.47
หญิง	183	47.53
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	50	12.99
30-40 ปี	107	27.79
40-50 ปี	104	27.01
50-60 ปี	81	21.04
มากกว่า 60 ขึ้นไป	43	11.17
3. อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	136	35.32
พนักงานบริษัทเอกชน	91	23.64
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	120	31.17
นิสิต/นักศึกษา	38	9.87
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	66	17.14
15,000 – 30,000 บาท	157	40.78
30,001 - 45,000 บาท	125	32.47
มากกว่า 45,000	37	9.61
รวม	385	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน จำแนกออกเป็น เพศชายจำนวน 202 คน ร้อยละ 52.47 และเพศหญิง จำนวน 183 คน ร้อยละ 47.53 มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 107 คน ร้อยละ 27.79 รองลงมา มีอายุระหว่าง 40-50 ปี จำนวน 104 คน ร้อยละ 27.01 50-60 ปี จำนวน 81 คน ร้อยละ 21.04 ต่ำกว่า 30 ปี 50 คน ร้อยละ 12.99 และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป 43 คน ร้อยละ 11.17 อยู่ในกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 136 คน ร้อยละ 35.32 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป จำนวน 120 คน ร้อยละ 31.17 พนักงานบริษัทเอกชน 91 คน ร้อยละ 23.64 และนิสิต/นักศึกษา จำนวน 38 คน ร้อยละ 9.87 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 157 คน ร้อยละ 40.78 รองลงมาคือ 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 125 คน ร้อยละ 32.47 ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 66 คน ร้อยละ 17.14 และมากกว่า 45,000 จำนวน 37 คน ร้อยละ 9.61

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่ และสภาพแวดล้อม ด้านความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการ
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 385)

ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.4823	0.60981	มากที่สุด
ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม	4.1312	0.69901	มาก
ด้านความสามารถในการเข้าถึง	4.3991	0.62477	มากที่สุด
รวม	4.3375	0.55958	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3375$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.4823$) รองลงมาคือด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.3991$) และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 4.1312$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วน
ภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 385)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ	4.1489	0.68995	มาก
2. ด้านการประสานงานของการบริการ	4.3948	0.72437	มากที่สุด
3. ด้านอภัยภัยและความสนใจของผู้ใช้บริการ	4.1472	0.82020	มาก
รวม	4.2303	0.64747	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.2303$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการประสานงานของการบริการ ($\bar{X} = 4.3948$) รองลงมาคือด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ ($\bar{X} = 4.1489$) และด้านอภัยภัยและความสนใจของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.1472$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านความสามารถในการเข้าถึง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตัวแปร	EPSV	LCT	ABLT	STF	VIF
$\bar{X}$	4.4832	4.1312	4.3991	4.2303	
S.D.	0.60981	0.69901	0.62477	0.64747	
การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (EPSV)	-	0.573**	0.690**	.0515**	2.119
สถานที่และสภาพแวดล้อม(LCT)		-	0.558**	0.590**	1.610
ความสามารถในการเข้าถึง (ABLT)			-	0.690	2.065
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (STF)				-	

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (EPSV) สถานที่และสภาพแวดล้อม (LCT) ความสามารถในการเข้าถึง (ABLT) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.558 – 0.690 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.8 ประกอบกับการพิจารณาค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.610–2.119 ซึ่งไม่เกิน 10

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สถานที่และสภาพแวดล้อม ความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจ		T	P - Value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย (β)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	1.002E-013	0.028	0.000	1.000
1. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.149	0.036	0.149	0.000*
2. สถานที่และสภาพแวดล้อม	0.492	0.035	6.957	0.000*
3. ความสามารถในการเข้าถึง	0.451	0.029	10.861	0.000*
Adjusted R Square	0. 534			

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 53.40 โดยพิจารณา จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.534 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ($\beta=0.149$, $P < 0.05$) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขึ้นอยู่กับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เพราะ

เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างกระตือรือร้น เติบโตในการให้บริการ โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้มาใช้บริการ
ยอมรับสมมติฐาน 1

สถานที่และสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ($\beta=0.492$, $P < 0.05$) หมายความว่า ความพึง
พอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขึ้นอยู่กับสถานที่และ
สภาพแวดล้อม เพราะได้มีการก่อสร้างอาคารสำนักงานใหม่ ยอมรับสมมติฐานที่ 2

ความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ($\beta=0.451$, $P < 0.05$) หมายความว่า ความพึง
พอใจของผู้ที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขึ้นอยู่กับความสามารถในกา
เข้าถึงเพราะเมื่อเข้าสู่อาคารสำนักงาน จะพบจุดประชาสัมพันธ์จึงสามารถติดต่อได้อย่างรวดเร็ว
ยอมรับสมมติฐานที่ 3

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน
ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-40 ปี อยู่ในกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท
2. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม และด้านความสามารถในการเข้าถึง ของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้า
ส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้านพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ
ด้านความสามารถในการเข้าถึง และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ตามลำดับ
3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา พบว่า ภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการประสานงานของการบริการ รองลงมาคือด้านความ
สะดวกที่ได้รับจากการบริการ และด้านอัตราค่าบริการและความสนใจของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ
4. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้า
ส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม
และด้านความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่
ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม และด้านความสามารถในการเข้าถึง ของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วน
ภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อภิปรายได้ดังนี้

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่เป็นสิ่งที่พนักงานต้องมีความเต็มใจให้บริการ มีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ ให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิบูลย์ เผือกอยู่ และศรชัย ท้าวมิตร (2559) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตำบลบึง อำเภอสรรพยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฏฐ์ ภูนาขาว และทตมัล แสงสว่าง (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการงานการเงินและบัญชี ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการงานการเงินและบัญชี ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากได้มีการก่อสร้างอาคารสำนักงานใหม่ อาคารจึงมีความสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีห้องสุขาที่สะอาดมากยิ่งขึ้น และมีพื้นที่กว้างขวางขึ้น มีสถานที่จอดรถมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ แจ้งใจดี และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ (2560) ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของศูนย์ The Style by TOYOTA พบว่า สมาชิกมีความคาดหวังและความพึงพอใจ เพราะสถานที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของอภินันท์ จันตะนี และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการของเทศบาลตำบลบ้านแพรก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (0.691) อยู่ระดับค่อนข้างสูง

ด้านความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากมีขั้นตอนในการใช้บริการไม่ยุ่งยากและซับซ้อน สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก และมีช่องทางในการชำระค่าไฟฟ้าที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติมา นิยม (2557) ศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ความสามารถในการเข้าถึงของลูกค้าย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิติพล ภูตะโชติ (2561) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทประกันภัยจำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตไว้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และ

สภาพแวดล้อม และด้านความสามารถในการเข้าถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ ด้านการประสานงานของการบริการ ด้านอัตราค่าบริการและความสนใจของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ

1.1 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เนื่องจากพนักงานต้องมีความเต็มใจในการให้บริการ และกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นลำดับแรก

1.2 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม เนื่องจากอาคารให้บริการควรมีความสะอาดอยู่เสมอ

1.3 ด้านความสามารถในการเข้าถึง เนื่องจากควรมีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีลักษณะเดียว เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการว่าเหมือนกันหรือไม่

2.2 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่คาดว่าจะปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**, พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่. (2563) **ประวัติความเป็นมา**. สืบค้นวันที่ 20 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.pea.co.th>.

จิตติมา นิยม. (2557). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณภัทร ภูนาขาว และทตมัล แสงสว่าง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการงานการเงินและบัญชี ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**, 10(3), 240-253.

นิติพล ภูตะโชติ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี**, 12(27), 85-96.

มนูญ ใจซื่อ. (2560). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการของลูกค้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร : กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**, 6(3), 146-158.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2563). **การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค**. สืบค้นวันที่ 2 กันยายน 2563, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค>.

- วิบูลย์ เผือกอุย และศรชัย ท้าวมิตร. (2559). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี. **วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ**, 6(10), 57-70.
- ศิริวรรณ แจ่มใจดี และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. (2560) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของศูนย์ The Style by TOYOTA. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**, 7(3), 356-365.
- อภิรักษ์ จันทะนี และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการของเทศบาลตำบลบ้านแพรง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์**, 7(1), 1-12.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการ
ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

FACTORS INFLUENCING THE EARNINGS MANAGEMENT OF REGISTERED SERVICE
BUSINESSES ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว¹ และ พิธาน แสนภักดี¹

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Pathompong Kookkaew¹ and Pitan Sanpakdee¹

¹ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi

(Received: April 17, 2021; Revised: September 30, 2021; Accepted: October 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 100) โดยการเก็บรวบรวมจากรายงานทางการเงินและแบบแสดงรายการ ข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 จำนวน 41 บริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และดอกเบี้ยจ่ายมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การจัดการกำไร, อัตราส่วนทางการเงิน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

The objectives of this research were to study factors that influenced the earnings management of service businesses listed on the Stock Exchange of Thailand (SET 100). The data were collected from the financial reports and the annual reports (Form 56-1) during the year 2015-2019 in 41 companies. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and hypothesis testing by multiple regression analysis.

The research results found that: debt to equity ratio, interest bearing debt to equity ratio and interest expenses influenced the earnings management of service businesses listed on the Stock Exchange of Thailand at statistical significance 0.05 level.

Keywords: earnings management, financial ratios, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

การตัดสินใจลงทุนต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามที่คาดหวังไว้ในการบรรลุเป้าหมายการลงทุนนั้น ๆ เป็นเท่าไร ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าผู้ลงทุนมีความสามารถในการลงทุนอยู่เท่าใด มีระยะเวลาการลงทุนนานหรือไม่ และมีเงินที่จะสามารถออมเพิ่มเพื่อนำมาลงทุนเพิ่มได้หรือไม่ สามารถยอมรับความเสี่ยงและความยืดยาวในการรับความเสี่ยง ซึ่งสองสิ่งนี้มีความแตกต่างกันโดยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการรับความเสี่ยง เช่น อายุ รายได้ และระยะเวลาการลงทุน ในขณะที่ความเต็มใจในการรับความเสี่ยง คือ ทศนคติความชอบหรือความสนใจในสินทรัพย์ลงทุนแต่ละประเภทเพื่อที่จะลดความเสี่ยงจากการลงทุน การลงทุนโดยไม่มีความรู้ในการลงทุน หรือความรู้เรื่องความเสี่ยงจะทำให้เกิดผลเสียการลงทุน ดังนั้นการลงทุนควรจะมีการวิเคราะห์ความมั่นใจเสียก่อนว่าธุรกิจจะไม่ล้มละลาย (ปฐมชัย กรเลิศ และฐิตาภรณ์ สิ้นจรรย์ศักดิ์, 2559)

การวิเคราะห์ความเสี่ยงทางการเงินหรืออัตราส่วนวิเคราะห์ความอยู่รอดของธุรกิจ โดยใช้อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน อัตราส่วนนี้จะช่วยตอบคำถามกิจการว่ากิจการมีภาระหนี้สินมากหรือน้อยเพียงใด ธุรกิจประสบปัญหาในการบริหารการจ่ายเงินหรือไม่ เนื่องจากอัตราส่วนนี้เป็นเครื่องชี้วัดว่ากิจการจะมีความสามารถที่จะจ่ายชำระหนี้ในระยะยาว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญการตัดสินใจลงทุนระยะยาว อัตราส่วนที่ใช้วัดนโยบายทางการเงินมีหลากหลายสูตรให้เลือกใช้ และมีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ที่ต่างกันออกไป เช่น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม เนื่องจากหนี้ของกิจการมีระดับของหนี้สินที่สูงจะนำมาซึ่งความเสี่ยงทางการเงินมากขึ้น บริษัทอาจประสบปัญหาทางการเงินจนเป็นเหตุให้ผู้บริหารอาจทำการจัดการกำไร เนื่องจากงบการเงินเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้บ่งบอกสถานะของบริษัทและใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกิจการ เพื่อประกอบการพิจารณาและตัดสินใจเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งสำหรับผู้บริหาร นักลงทุน รวมถึงเจ้าหนี้ นอกจากนี้ผลประกอบการในงบการเงินยังเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการบริหารงานของประธาน เจ้าหน้าที่บริหารอีกด้วย ดังนั้นงบการเงินที่ดีควรมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสะท้อนสถานะทางการเงินของบริษัทได้อย่างเที่ยงตรง อย่างไรก็ตามงบการเงินอาจไม่ได้แสดงถึงผลการดำเนินงานที่แท้จริงของบริษัท เนื่องจากกิจการอาจมีแรงจูงใจในการตกแต่งกำไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่บริษัทต้องการ โดยการตกแต่งบัญชีของผู้บริหารระดับสูงที่ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นเกิดความเข้าใจผิดในสถานะทางการเงินของบริษัท ตัวอย่างเช่น กรณีของบริษัท Enron ซึ่งเป็นบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ในอเมริกา ในกรณีนี้ผู้บริหารของบริษัทพยายามตกแต่งบัญชีเพื่อทำการปกปิดผลขาดทุน ซ่อนหนี้สินที่เกิดขึ้นอีกทั้งยังร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาทางบัญชีในการตกแต่งตัวเลขทางการเงินเพื่อสร้างผลกำไรให้แก่กิจการอันส่งผลให้ราคาหุ้นสูงขึ้น ซึ่งภายหลังจากการตกแต่งบัญชีจนทำให้กิจการมีกำไรเกินจริงแล้ว ผู้บริหารได้ทำการขายหุ้นของตนที่ถืออยู่เพื่อหากำไรซึ่งส่งผลกระทบต่อและสร้างความเสียหายให้แก่ผู้เกี่ยวข้องเป็นวงกว้าง ทั้งผู้ถือหุ้นที่สูญเสียเงินจากราคาหุ้นที่ลดต่ำลงหลายหมื่นล้านดอลลาร์รวมถึงพนักงานของบริษัท นอกจากนี้แล้วบริษัทในประเทศไทยอย่าง บริษัท เพาเวอร์พี จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทก่อสร้างได้ทำการตกแต่งบัญชีโดยการเพิ่มรายได้ทั้งที่ยังไม่ได้มีการทำงาน หรือจ้างงานจริง เพื่อให้บริษัทมีผลเนื่องจากข้อสัญญาตามภาระ

หนี้สินที่มีจำนวนมากน่าจะก่อให้เกิดการจ้างงาน และก่อให้เกิดการลงทุนเพิ่มในภาคเอกชน (จุฬารัตน์ พาลพ่าย, 2558)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อมุ่งเน้นหาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงินที่มีผลต่อการจัดการกำไร โดยการนำอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงินมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับการจัดการกำไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ด้านหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ด้านหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ด้านความสามารถในการจ่ายชำระหนี้ มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

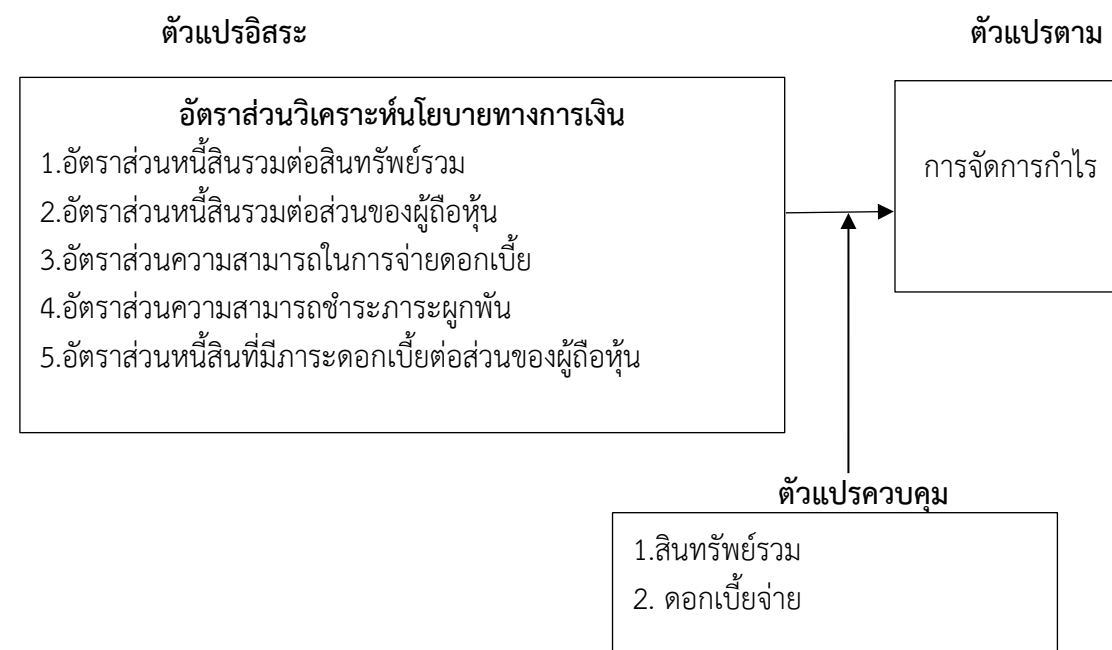
สมมติฐานที่ 4 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ด้านความสามารถชำระภาระผูกพัน มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ด้านหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 6 สินทรัพย์รวมมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 7 ดอกเบี้ยจ่ายมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

ปฐมชัย กรเลิศ และจิตาภรณ์ สินเจริญศักดิ์ (2559) กล่าวว่า อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงินถูกนำมาใช้ในการวัดความเสี่ยงทางการเงินเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนของบริษัท ซึ่งเป็นองค์ประกอบระหว่างส่วนของผู้ถือหุ้นและจากการก่อหนี้สินทางการเงิน เช่น การกู้ยืมเงิน หรือการออกหุ้นกู้ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้บริษัทมีภาระผูกพันทางการเงิน หากบริษัทมีภาระหนี้สินมากเกินไปจะเป็นสัญญาณด้านความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับนักลงทุน และหากไม่สามารถควบคุมระดับของหนี้สินได้จะทำให้เครดิตทางการเงินของบริษัทลดลงอีกด้วย และหากบริษัทไม่มีความสามารถในการจัดหาเงินทุนแหล่งเงินทุนภายนอกโดยการก่อหนี้ได้ อาจหมายถึงกำไรจากการดำเนินงานที่ลดลง ส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือจากแหล่งให้กู้ยืมหรือสถาบันการเงิน แต่ในทางตรงข้ามการที่บริษัทมีหนี้สินเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้สามารถจัดสรรผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนได้สูงกว่าดอกเบี้ย และสามารถสร้างกำไรให้กับบริษัทได้

การวิเคราะห์ความเสี่ยงหรือนโยบายทางการเงิน ซึ่งสามารถใช้อัตราส่วนต่าง ๆ สำหรับการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่แต่ละบริษัทต้องการ เพื่อแสดงความสามารถในการบริหารจัดการหนี้สินของบริษัท ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้กำหนดอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ตามแนวคิดของ Ardison; Martinez & Galdi (2012) และนิภาพร ลิ้มบานเย็น (2552) ดังนี้

1. อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (Debt to Total Asset Ratio : DA)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหนี้สินกับสินทรัพย์รวมของกิจการ โดยเป็นการแสดงอัตราส่วนของการจัดหาแหล่งเงินทุนที่เกิดจากการก่อหนี้เพื่อนำมาลงทุนในสินทรัพย์ของกิจการ ซึ่งหากผลการวิเคราะห์มีค่าสูง แสดงว่าสินทรัพย์ของกิจการส่วนใหญ่มาจากการก่อหนี้ จะทำให้กิจการมีความเสี่ยงทางการเงินสูง แต่หากผลการวิเคราะห์มีค่าต่ำ แสดงว่ากิจการมีภาระผูกพันทางการเงินและความเสี่ยงทางการเงินต่ำ สามารถแสดงสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม} = \frac{\text{หนี้สินรวมปีที่ } t}{\text{สินทรัพย์รวมปีที่ } t}$$

2. อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio : DE)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหนี้สินของกิจการกับส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่ากิจการใช้เงินทุนจากเจ้าหนี้เป็นอัตราส่วนเท่าใด เมื่อเทียบกับเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งหากผลการวิเคราะห์มีค่าสูง แสดงว่ากิจการมีภาระผูกพันทางการเงินมากกว่าส่วนของผู้ถือหุ้น จะทำให้กิจการมีความเสี่ยงทางการเงินสูง แต่หากผลการวิเคราะห์มีค่าต่ำ แสดงว่ากิจการมีภาระผูกพันทางการเงินน้อยกว่าส่วนของผู้ถือหุ้น จะทำให้กิจการมีความเสี่ยงทางการเงินต่ำ สามารถแสดงสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินปีที่ } t}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นปีที่ } t}$$

3. อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio: IC)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีกับดอกเบี้ยจ่าย ซึ่งหากผลการวิเคราะห์มีค่าสูง แสดงว่ากิจการมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสูง แต่หากผลการวิเคราะห์มีค่าต่ำ แสดงว่ากิจการอาจมีกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีไม่มากพอที่จะนำไปชำระดอกเบี้ย สามารถแสดงสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย} = \frac{\text{กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี}}{\text{ดอกเบี้ยจ่ายปีที่ } t}$$

4. อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (Debt service coverage ratio cash basis: CB)

เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการชำระหนี้ผูกพันของกิจการ ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถที่จะชำระหนี้แก่เจ้าหนี้มากน้อยเพียงใด ซึ่งหากผลการวิเคราะห์มีค่าสูง แสดงว่ากิจการมีความสามารถที่จะชำระหนี้แก่เจ้าหนี้สูง แต่หากผลการวิเคราะห์มีค่าต่ำ แสดงว่ากิจการอาจมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานไม่มากพอที่จะนำไปชำระหนี้ของกิจการ สามารถแสดงสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน} = \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน}}{\text{การจ่ายชำระหนี้} + \text{ดอกเบี้ยจ่ายจากการดำเนินงาน} + \text{และการลงทุน} + \text{รายจ่ายลงทุน} + \text{ซื้อสินทรัพย์} + \text{เงินปันผลจ่าย}}$$

5. อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt-to-Equity Ratio : DE Ratio)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างหนี้สินที่มีภาระต้องจ่ายดอกเบี้ยของกิจการกับส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งหากผลการวิเคราะห์มีค่าสูง แสดงว่ากิจการมีหนี้สินที่มีดอกเบี้ยมากกว่าส่วนของผู้ถือหุ้น แสดงว่ากิจการมีภาระผูกพันทางการเงินมาก อาจส่งผลให้กิจการมีสภาพคล่องต่ำและมีความเสี่ยงทางการเงินสูง สามารถแสดงสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

แนวคิดการจัดการบัญชีตามรายการคงค้าง

รายการคงค้าง หมายถึง การบันทึกรายได้หรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแล้วตามเกณฑ์การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายถึงแม้ว่าจะยังไม่ได้รับเงินสดเข้ามาหรือจ่ายออกไป ซึ่งมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 เรื่องการนำเสนองบการเงิน กล่าวว่า กิจการต้องจัดงบการเงินตามเกณฑ์คงค้างไว้แต่เป็นข้อมูลกระแสเงินสด เมื่อใช้เกณฑ์คงค้างในการจัดทำงบการเงินกิจการต้องรับรู้รายการเป็นสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และค่าใช้จ่าย (องค์ประกอบของงบการเงิน) เมื่อรายการเหล่านั้นเป็นไปตามคำนิยามและเกณฑ์การรับรู้รายการตามที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) รายการคงค้างอาจจะกระทบกับงบกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้เนื่องจากกำไรสุทธิของบริษัท ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานกับรายการคงค้าง โดยกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นรายการเงินสดที่เกิดขึ้นในงวดนั้นแต่รายการคงค้างจะรับรู้รายการและเหตุการณ์ทางบัญชีเมื่อเกิดรายการ

Jones (1991) ได้อธิบายถึงรายการคงค้างว่าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. รายการคงค้างที่ไม่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารหรือรายการคงค้างที่ควบคุมไม่ได้ (Nondiscretionary Accrual) เป็นรายการที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น บริษัทมียอดขายเพิ่มส่งผลให้ยอดลูกหนี้เพิ่มตามไปด้วย ซึ่งยากต่อการควบคุมการเกิดขึ้นของรายการและยากต่อการตรวจสอบถึงความผิดปกติของรายการที่เกิดขึ้นได้

2. รายการคงค้างตามดุลยพินิจของผู้บริหารหรือรายการคงค้างที่ควบคุมได้ Discretionary Accrual) เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการและดุลยพินิจของผู้บริหาร เช่น อายุการใช้งานของสินทรัพย์ จำนวนที่คาดว่าจะเก็บเงินได้จากลูกหนี้ ตลอดจนจำนวนเงินที่ตั้งขึ้นเป็นรายการค้างรับค้างจ่าย รายการจ่ายล่วงหน้ารับล่วงหน้า ณ วันสิ้นงวดบัญชี

จากการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการกำไร ส่วนใหญ่จะใช้รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารเป็นตัววัดค่าการจัดการกำไรของกิจการซึ่งจะมีหลายตัวแบบที่ใช้ในการวัดค่าการจัดการ

กำไร โดยการวิจัยครั้งนี้จะใช้ตัวแบบ Modified Jones ซึ่งมาจากการศึกษาของ Dechow & Dichev (2002) โดยงานวิจัยนี้จะใช้รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้บริหาร (Discretionary Curuals หรือ DCA) ที่เป็นตัวบ่งชี้การตกแต่งกำไรของบริษัท เนื่องมาจากผู้บริหารมีส่วนในการตัดสินใจในการใช้เครื่องมือทางการเงินบัญชีในการตกแต่งกำไรโดย DCA ที่มีค่าเป็นบวก แสดงถึงการตกแต่งกำไรให้สูงขึ้น และ DCA มีค่าเป็นลบ แสดงถึงการตกแต่งกำไรให้ต่ำลงสามารถสรุปได้ดังนี้

$$DCA_{i,t} = TAC_{i,t} - NDCA_{i,t}$$

โดยที่ $DCA_{i,t}$ = รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้บริหารของบริษัท i ในปี t
 $TAC_{i,t}$ = รายการคงค้างรวมบริษัท i ในปี t
 $NDCA_{i,t}$ = รายการคงค้างที่ไม่ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้บริหารของบริษัท i ในปี t

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) กลุ่มธุรกิจบริการ จำนวน 115 บริษัท โดยใช้ข้อมูลทางการเงินย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2562)

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) กลุ่มธุรกิจบริการ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกจากบริษัทที่มีการจ่ายดอกเบี้ย และมีรายงานงบการเงิน 5 ปีย้อนหลังครบถ้วน (พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562) ทำให้ได้บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 41 บริษัท จากนั้นทำการคำนวณจำนวนกลุ่มข้อมูลสำหรับการวิจัย ซึ่งคำนวณจากรายงานงบการเงินจำนวน 41 บริษัท โดยแต่ละบริษัทใช้ข้อมูล 5 ปีย้อนหลัง ดังนั้น จึงได้กลุ่มข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ $41 \times 5 = 205$ กลุ่มข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลจากรายงานทางการเงิน (Financial statement) รายงานประจำปี ข้อมูลในแบบ 56-1 เฉพาะกลุ่มธุรกิจบริการ ย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ. 2558 - 2562) จากเว็บไซต์ www.set.or.th และ www.setsmart.com

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี จากกระบวนฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มธุรกิจบริการ และเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งใช้ข้อมูลกลุ่มธุรกิจบริการ ระหว่างปี 2558-2562 รวมระยะเวลา 5 ปี จำนวน 115 บริษัท โดยทำการคัดเลือกบริษัทที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเลือกตามที่กำหนดไว้ คือ เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีข้อมูลการจ่ายดอกเบี้ย และมีรายงานงบการเงิน

อยู่ในช่วงระยะเวลา ปี พ.ศ. 2558-2562 จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 41 บริษัท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการกระจายข้อมูลของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวม

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ศึกษาจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแล้วนำผลการทดสอบอ้างอิงไปยังกลุ่มประชากรหรือค่าพารามิเตอร์ ซึ่งเป็นการทดสอบว่าข้อมูลที่รวบรวมสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมติฐานทางสถิติที่กำหนดหรือไม่ โดยงานวิจัยนี้ใช้สถิติอนุมาน 2 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.2.1 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสหสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัยสาเหตุ (Multi collinearity) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

4.2.2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การใช้ตัวแปรอิสระที่ศึกษาจากสมมติฐานที่กำหนดไว้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไร โดยใช้สมการถดถอย Regression แบบปัจจัยหลายตัว Multivariate Regression ดังสมการ (แบบจำลองที่ใช้ศึกษา)

$$DAC = \beta_0 + \beta_1(DA) + \beta_2(DE) + \beta_3(IC) + \beta_4(CB) + \beta_5(DERatio) + \beta_6(TA) + \beta_7(IR) + \epsilon_{it}$$

DAC = การจัดการกำไร (Earnings Management)

β_0 = ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยซึ่งเป็นค่าของตัวแปรตาม (ผลตอบแทนจากหลักทรัพย์เมื่อปัจจัยอื่นทุกตัวเป็นศูนย์)

$\beta_1 \dots \beta_7$ = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรที่ 1 ถึงตัวแปรที่ 7

DA = อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม

DE = อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

IC = อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย

CB = อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน

DE Ratio = อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

TA = สินทรัพย์รวม

IR = ดอกเบี้ยจ่าย

$\varepsilon_{i,t}$	=	ค่าความคลาดเคลื่อน
I	=	ธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในกลุ่ม SET 100
T	=	ปี พ.ศ. 2558-2562

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของตัวแปร

การวิเคราะห์ลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวม ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการกระจายข้อมูลของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา พบว่า การจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2558 – 2562 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -805.69 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีการจัดการกำไรในกิจการค่อนข้างต่ำกว่าความเป็นจริง อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (DA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีสินทรัพย์มากกว่าส่วนที่เป็นหนี้สิน ซึ่งเป็นผลต่อกิจการเนื่องจากทำให้บริษัทมีภาระในการชำระคืนหนี้สินน้อย และมีโอกาสกู้ยืมหนี้สินครั้งต่อไปได้มาก อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.92 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นต่ำ ทำให้กิจการมีโอกาสจะสามารถชำระดอกเบี้ยได้ต่ำ หรือมีโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ได้สูง เนื่องจากกิจการที่มีหนี้สินที่มากจะทำให้มีภาระผูกพันที่ต้องชำระดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอไม่ว่ากิจการนั้นจะมีกำไรหรือขาดทุน อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (IC) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.34 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำ ดังนั้นกิจการจะต้องทำกำไรให้เพียงพอต่อการจ่ายดอกเบี้ย อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (CB) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.51 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำ ดังนั้นกิจการจะต้องมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานจำนวนมาก เพื่อให้เพียงพอต่อการจ่ายชำระหนี้ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DERatio) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำ ดังนั้นกิจการมีสภาพคล่องที่ค่อนข้างดี สินทรัพย์รวม (TA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.85 ซึ่งมีค่าค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบริการที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีการบริหารจัดการการดำเนินงานที่ดี ดอกเบี้ยจ่าย (IR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ซึ่งมีค่าค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับค่าสูงสุดกับค่าต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่ากิจการมีการกู้ยืมเงินหรือมีการก่อหนี้เพิ่มสูงขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสหสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัยสาเหตุ (Multicollinearity) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	DA	DE	IC	CB	DERatio	TA	IR
DA	-	.170*	-.057	-.049	.133	-.054	-.014
DE		-	-.093	-.057	.407**	.237**	.033
IC			-	.077	-.110	.023	-.035
CB				-	-.044	.019	.060
DERatio					-	.007	.011
TA						-	.398**
IR							-

**ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$, *ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างค่าตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง -0.557 – 0.407 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.7 (สุทิน ชนบุญ, 2560) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์หรือเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบค่า Tolerance พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.526 – 0.956 ซึ่งมากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.046 – 1.900 ซึ่งน้อยกว่า 10 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน จึงสามารถนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ดังตารางที่ 2

2.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,334.781	8,969.134		.372	.710		
DA	-90.301	1,410.625	-.004	-.064	.949	.925	1.081
DE	2,171.360	860.514	.170	2.523*	.012	.757	1.321
IC	.048	.072	.044	.664	.507	.786	1.272
CB	341.570	672.857	.030	.508	.612	.956	1.046
DERatio	-17,946.386	1,855.902	-.651	-9.670*	.000	.753	1.327
TA	-854.081	517.671	-.133	-1.650	.101	.526	1.900
IR	1,100.020	392.425	.250	2.803*	.006	.428	2.335
R Square = 0.327 * $p < 0.05$					Adjusted N = 205 Adjusted R Square = 0.303		

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DERatio) และดอกเบี้ยจ่าย (IR) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์การจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ร้อยละ 30.30 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.303 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีค่า $b = 2,171.360$, $p < 0.05$ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DERatio) $b = -17,946.386$, $p < 0.05$ และดอกเบี้ยจ่าย (IR) มีค่า $b = 1,100.020$, $p < 0.05$ ซึ่งสามารถแสดงสมการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้

$$DAC = 3,334.781 + 2,171.360 (DE) - 17,946.386 (DERatio) + 1,100.020 (IR)$$

อภิปรายผล

1. อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ($b = 2,171.360$) หมายถึง หากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การจัดการกำไรเพิ่มขึ้น 2,171.360 หน่วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนยกร จันทรัสสัน (2558) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างหนี้สินและคุณภาพกำไรบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) ของประเทศไทย พบว่า ปริมาณการก่อหนี้สินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพกำไร ทั้งหนี้สินรวมหนี้สินหมุนเวียนและไม่หมุนเวียนและหนี้สินที่มาจากสถาบันการเงินและที่ไม่ได้มาจากสถาบันการเงิน กล่าวคือ บริษัทในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอในภาพรวมมีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรน้อยลง ทำให้มีคุณภาพกำไรในระดับที่สูงขึ้นเมื่อบริษัทมีการก่อหนี้สินในปริมาณที่เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมชัย กรเลิศ และฐิตาภรณ์ สีนจรรยาศักดิ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงินกับการจัดการกำไร: กรณีศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทสินค้าอุปโภคและบริโภคในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการจัดการกำไรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ด้านอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลเชิงลบต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ($b = -17,946.386$) หมายถึง หากอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง 17,946.386 หน่วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาริรัตน์ เทียมรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับการจัดการกำไร: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า การจัดการกำไรตามแบบจำลอง Modified Jones มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับหนี้สินในโครงสร้างเงินทุน โดยเมื่อแบ่งกลุ่มหนี้สิน พบว่า หนี้สินสูงมีอิทธิพลทางลบกับการจัดการกำไร และหนี้สินต่ำมีอิทธิพลทางบวกกับการจัดการกำไร ในขณะที่การจัดการกำไรตามแบบจำลอง Modified Dechow and Dichev มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับหนี้สินในโครงสร้างเงินทุน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับหนี้สินสูงและหนี้สินต่ำ

3. ดอกเบี้ยจ่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ($b = 1,100.020$) หมายถึง หากดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การจัดการกำไรเพิ่มขึ้น 1,100.020 หน่วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศัสกร สีดา (2562) ศึกษาเรื่องอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อมูลค่าตามราคาตลาดหลักทรัพย์หมวดธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่ส่งผลต่อมูลค่าตามราคาตลาดหลักทรัพย์หมวดธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉมพร มีชนะ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง คุณภาพกำไรและต้นทุนของเงินทุน: บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้กล่าวว่า รายการคงค้างโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารและรายการคงค้างที่ไม่อยู่ภายใต้ดุลยพินิจของผู้บริหารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับต้นทุนของเงินทุน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และดอกเบี้ยจ่าย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นการพิจารณาการจัดการกำไรของธุรกิจจึงต้องพิจารณาอัตราส่วนการวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน ด้านอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และดอกเบี้ยจ่ายเป็นส่วนสำคัญ

1.2 จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของธุรกิจบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และดอกเบี้ยจ่าย ดังนั้นนักลงทุนหรือผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้หรือผู้ให้กู้ยืม ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลรายงานทางการเงิน ควรตระหนักและพิจารณาถึงความสำคัญ และคุณภาพข้อมูลของโครงสร้างเงินทุนที่จะมีผลต่อการจัดการกำไรของแต่ละธุรกิจ เพื่อให้การตัดสินใจมีความถูกต้องมากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงินเพียงบางประเภทเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้อัตราส่วนประเภทอื่นเพิ่มเติมสำหรับการวิเคราะห์เพื่อวัดสภาพคล่อง ความเสี่ยงทางการเงิน และอัตราส่วนวัดความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการจัดการกำไร สามารถทำให้ข้อมูลมีความถูกต้อง แม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น

2.2 การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบ The Modified Jones Model ในการคำนวณการจัดการกำไร ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้แนวคิดที่ใช้วัดระดับการจัดการกำไรหรือรายการคงค้างในรูปแบบอื่นตามความเหมาะสมวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ หรือดุลยพินิจของผู้บริหารองค์กร ซึ่งจะทำได้ผลการวิจัยที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในการจัดการกำไร และสามารถใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑารัตน์ พาลพ่าย. (2558). การตกแต่งกำไรช่วงการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉมพร มีชนะ และคณะ. (2562). คุณภาพกำไรและต้นทุนของเงินทุน:บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.วารสารสุทธิปริทัศน์, 33(108), 121-131.
- ดัสกร สีดา. (2562). อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อมูลค่าตามราคาตลาดหลักทรัพย์หมวดธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉันทกร จันทร์สาสน์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างหนี้สินและคุณภาพกำไร บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ของประเทศไทย. BU ACADEMIC REVIEW, 14(1), 71-87.
- นาริรัตน์ เทียมรัตน์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับการจัดการกำไร: กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิภาพร ลิ้มบานเย็น. (2552) การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเพื่อศึกษาแนวโน้มการลงทุนในธุรกิจกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยาลัยราชพฤกษ์: นนทบุรี.
- ปฐมชัย กรเลิศ และ ฐิตาภรณ์ สันจรรุญศักดิ์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงินกับการจัดการกำไร: กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมประเภทสินค้าอุปโภคและบริโภคในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 26(2), 165-183.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน. สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.tfac.or.th/>
- สุทิน ชนะบุญ. (2560). สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเบื้องต้น. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2563, จาก <http://kkpho.go.th/km/index.php/2017-08-10-06-37-01/category/2-r2r-5>.
- Ardison, K. M. M., Martinez, A. L., & Galdi, F. C. (2012). The effect of leverage on earnings management in Brazil. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 5(3), 305-324.
- Dechow, M. P. & Dichev, I. D. (2002). The Quality of Accruals and Earnings: The Role of Accrual Estimation Errors." *The Accounting Review*, 77(2002), 35-59.
- Jones, J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29, 193-228.

ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์
THE IMPACT OF THE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT STRATEGIES ON THE
PERFORMANCE OF THE AUTOMOTIVE BUSINESS

รัฐพงษ์ อ้วนแก้ว¹ นวลละออง อรรถรังสรรค์¹ และ มณิสรา สนั่นเอื้อเม็งโงง¹

¹คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Ratthapong Auankaew¹ Nuanlaong Attharangsun¹ and Manisara Sananuamengthaisong¹

¹Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

(Received: April 29, 2021; Revised: October 6, 2021; Accepted: October 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ ใช้เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ จำนวน 142 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดแนวทางหรือกระบวนการด้านการจัดการที่มุ่งเน้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และรูปแบบการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งเน้นการออกแบบการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายทั้งผู้บริโภคและสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม, นวัตกรรมสีเขียว, ธุรกิจยานยนต์

ABSTRACT

This research aimed to study the impact of environmental management strategies on performance of an automotive business. The instrument was questionnaire. The sample group was 142 automotive business administrators. Statistics used in data analysis was multiple correlation analysis, multiple regression analysis, and simple regression analysis. The results found that environmental management strategies in terms of green innovation had positive relations and impacts with the performance. Therefore, the automotive business administrators should focus on environmental management strategies by defining methods or management processes focusing on improving products, processes, and management models which was environmentally friendly and socially responsible, focusing on non-dangerous goods design to consumers and environment, using limited and efficient resources to build a competitive advantage in the business.

Keywords: Environmental Management Strategy, Green Innovation, Automotive Business

บทนำ

การอนุรักษ์ทรัพยากร พลังงาน และสิ่งแวดล้อม ได้รับการตอบรับจากทุกภาคส่วนทั่วโลก เนื่องจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาวะอากาศและมลพิษที่เกิดขึ้นตามเมืองใหญ่ ๆ ของโลก ส่วนหนึ่งเกิดจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) ทั้งในทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น ภาคอุตสาหกรรมจึงถูกมองในแง่ลบจากชุมชนโดยรอบว่าเป็นสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิดมลพิษและความเดือดร้อน จึงทำให้เกิดมาตรการต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้ภาคอุตสาหกรรมต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เกิดแนวความคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญในการรักษาสสมดุลทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการเกิดของเสียและมลพิษจำนวนมาก อันจะก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงและอาจทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ประกอบกับกระแสโลกร้อน (Global Warming) ที่ได้กลายมาเป็นกระแสสำคัญของผู้บริโภค ทำให้องค์กรต่าง ๆ เกิดความตระหนักต่อการมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรทั้งหลายที่แสวงหาความเป็นผู้นำในตลาด จึงต้องสร้างนวัตกรรมและสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน (กิรณา คำสิงห์นอก, 2557) นอกจากนี้ ตามรายงานนิตยสาร Entrepreneur (โกศล ดีศีลธรรม, 2558) ได้กล่าวถึงกระแสธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นแนวโน้มหลักของโลกธุรกิจยุคใหม่ โดยเฉพาะการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนการเข้าถึงผู้บริโภคที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการขยายฐานลูกค้าขององค์กรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Green Corporation) โดยมุ่งปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดการปล่อยมลพิษครอบคลุมประเด็น 3Rs (Reuse Reduce Recycle) รวมถึงการนำมาผ่านกระบวนการผลิตใหม่ (Remanufacturing) ที่นำผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วหรือชิ้นส่วนล้าสมัยมาถอดแยก (Disassembly) และเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยผลิตผลหรือชิ้นส่วนที่ผ่านกระบวนการถูกนำมาตกแต่งและประกอบใหม่ (Reassembly) ที่ยังคงรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม ซึ่งแตกต่างกับการรีไซเคิลหรือการใช้ซ้ำโดยไม่ลดคุณค่าชิ้นงานหลังผ่านกระบวนการผลิตใหม่ แนวคิดเชิงสิ่งแวดล้อมจึงเป็นที่นิยมและถูกพูดถึงในวงกว้าง ดังนั้น แต่ละธุรกิจจึงเริ่มหันมาให้ความสนใจในการดำเนินธุรกิจโดยมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น หากธุรกิจนำกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์ใช้ ก็จะสามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างผลการดำเนินงานที่ดี และสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้

กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Strategy) เป็นกระบวนการในการกำหนดและดำเนินการกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายในการสร้างรายได้ โดยการแลกเปลี่ยนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจและสังคมของบริษัท การริเริ่มด้านสิ่งแวดล้อมสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (อัญชลีพร ไสสุทธิ์ และคณะ, 2563) และความปรารถนาที่จะบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบันและอนาคต (จริญญา วงษ์ดอนขมิ้น และคณะ, 2557) นอกจากนี้การตัดสินใจด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมจะเป็นตัวสร้างกิจกรรมระยะยาวในระดับองค์กร เพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ด้านของ

สัญญาภาค หล้าแหล่ง (2558) ประกอบด้วย ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Products Innovation) ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว (Green Process Innovation) และด้านนวัตกรรมจัดการสีเขียว (Green Organization Innovation) เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งหากธุรกิจนำกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้ จะสามารถสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่งซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสามารถสร้างความพึงพอใจกับผู้บริโภค ทั้งยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวมได้

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานตามขั้นตอนและหน้าที่ที่มีการวัด หรือการประเมินความสำเร็จของธุรกิจในการดำเนินงานหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขันที่สูง ดังนั้น ผลการดำเนินงานของธุรกิจถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจในปัจจุบัน (ธวัชชัย รัชสมบัติ, 2560) ผลการดำเนินงานของธุรกิจได้นำแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ของ Kaplan และ Norton (1996) ประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth) ซึ่งผลการดำเนินงานของธุรกิจนั้นเป็นปัจจัยที่สามารถบ่งชี้ได้ว่าธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันมากน้อยเพียงใด สำหรับองค์กรภาคธุรกิจ การวัดผลการดำเนินงานถือเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการวางแผน และดำเนินงานให้คงไว้ซึ่งความมั่นคงและความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ

ธุรกิจยานยนต์ (Automotive Businesses) มีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบ การพัฒนา การผลิต การจัดการการตลาด เป็นต้น เนื่องจากธุรกิจยานยนต์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งในด้านมูลค่าเพิ่มในประเทศ การผลิต การส่งออก การลงทุน การจ้างงาน และมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์หลักในธุรกิจยานยนต์ ได้แก่ 1) รถยนต์ 2) รถจักรยานยนต์ และ 3) ชิ้นส่วนยานยนต์ ในปัจจุบันประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นฐานการผลิตระดับโลกของยานยนต์ที่มีความเฉพาะ (Global Niche Product) 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รถปิกอัพขนาด 1 ตัน รถจักรยานยนต์ขนาดเล็กคุณภาพสูง และรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco Car) นอกจากนี้ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดที่เข้มงวดในเรื่องมาตรฐานสินค้า เช่น ประเทศญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาได้ ตัวอย่างชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีศักยภาพในการส่งออก ได้แก่ เครื่องยนต์เบนซิน เครื่องยนต์ดีเซล ส่วนประกอบของเครื่องยนต์ เฟลาส่งกำลัง เฟลาข้อเหวี่ยง ชุดสายไฟรถยนต์ แบตเตอรี่ ยาง กระบอกนิรภัย ไฟรถยนต์ และส่วนประกอบและอุปกรณ์ เช่น กันชน เบรก เข็มขัดนิรภัย กระปุกเกียร์ เป็นต้น (สถาบันยานยนต์, 2563) ดังนั้น หากธุรกิจยานยนต์ได้มีการพัฒนากลยุทธ์การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากจะพัฒนาธุรกิจแล้ว ยังช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการจัดการผลประโยชน์ทางธุรกิจควบคู่ไปกับเรื่องของสิ่งแวดล้อม

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ากลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมด้านใดบ้างที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนว

ทางการบริหารงาน พัฒนาและวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อเป็นข้อมูลและข้อเสนอแนะถึงการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ในการพัฒนาการบริหารจัดการของธุรกิจ สามารถช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ช่วยประกอบในการตัดสินใจ และการกำหนดนโยบายของผู้บริหาร ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเติบโตได้อย่างมั่นคงในทุกยุคทุกสมัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรายยนต์

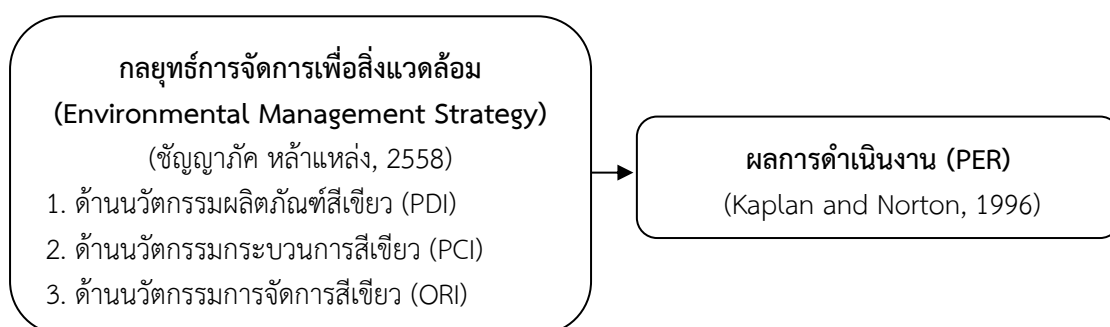
การทบทวนวรรณกรรม นิยามศัพท์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย

กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Strategy) หมายถึง แนวทางหรือวิธีการดำเนินงานโดยใช้แนวคิดนวัตกรรมที่มุ่งเน้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการทำงาน และการดำเนินการในการวางแผนตัดสินใจ การจัดองค์กร การนำและการควบคุมทรัพยากรพื้นฐานขององค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม การออกแบบการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายทั้งผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม การสร้าง การปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและมีประสิทธิภาพเพื่อความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ รวมทั้งยังต้องส่งเสริมสร้างสรรค์ให้เกิดผลดีต่อสังคม มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน (ชัยญญาคี หล้าแหล่ง, 2558) ดังนี้ 1) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Products Innovation) หมายถึง สินค้าหรือบริการใหม่ และสินค้าหรือบริการเดิมที่มีการวางแผน ออกแบบ และผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาด้วยความรู้ หรือเทคโนโลยี โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด 2) ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว (Green Process Innovation) หมายถึง รูปแบบวิธีการใหม่ที่เกิดจากความคิด การปฏิบัติแบบใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยใช้มาก่อน เป็นการพัฒนารูปแบบวิธีการเดิมให้ทันสมัย และทำให้ได้ผลดีมากยิ่งขึ้น โดยรูปแบบวิธีการใหม่นั้น องค์กรจะต้องใส่ใจตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต กระบวนการผลิต จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์เป็นสินค้าพร้อมจำหน่าย รวมถึงการจัดการของเสียของสินค้านั้น ๆ อย่างถูกวิธี จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม และ 3) ด้านนวัตกรรมการจัดการสีเขียว (Green Organization Innovation) หมายถึง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจในด้านต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การสร้างวัฒนธรรมองค์กร และการปรับปรุงด้านการจัดการต่าง ๆ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น มีการบริหารงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และระบบการทำงานใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมสีเขียวขึ้นภายในธุรกิจ ดังนั้นเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งหากธุรกิจนำกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้ จะสามารถสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่งซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสามารถสร้างความพึงพอใจกับผู้บริโภค ทั้งยังส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวมได้

ผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง ผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานของธุรกิจที่เปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งขึ้น แสดงให้เห็นความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจว่าสามารถบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ ซึ่งสามารถนำไปช่วยในการตัดสินใจและวางแผนการดำเนินงานของผู้บริหารได้ มีองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน (Kaplan and Norton, 1996) ดังนี้ 1) ด้านการเงิน (Financial) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถขององค์กร ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จที่มีต่อการบรรลุเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น ความสามารถในการทำกำไร การเจริญเติบโต และมูลค่าสุทธิของผู้ถือหุ้น การลดลงของต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ 2) ด้านลูกค้า (Customer) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถของธุรกิจ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจสูงสุด เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและแสวงหาฐานลูกค้ารายใหม่ โดยการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ บริการที่รวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า การเพิ่มศักยภาพให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขัน สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) หมายถึง ผลลัพธ์หรือค่าความสำเร็จจากความสามารถของธุรกิจ ในการวางแผนปฏิบัติงาน ดำเนินการควบคุม ประเมินผล และปรับปรุงพัฒนาให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานและธุรกิจดำเนินงานได้ถูกต้องตามแนวทางที่กำหนดไว้ และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถในการพัฒนาธุรกิจให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ การปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีปฏิบัติงานเพื่อจำกัดปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการทำงาน โดยส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ มุ่งพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ และการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ดังนั้นผลการดำเนินงานของธุรกิจนั้นเป็นปัจจัยที่สามารถบ่งชี้ได้ว่าธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันมากน้อยเพียงใด สำหรับองค์กรภาคธุรกิจ การวัดผลการดำเนินงานถือเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการวางแผน และดำเนินงานให้คงไว้ซึ่งความมั่นคงและความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 2,209 คน (สถาบันยานยนต์, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย โดยเปิดตาราง Krejcie & Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 327 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจยานยนต์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบธุรกิจ ที่ตั้งของธุรกิจทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อปี และมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจยานยนต์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว จำนวน 5 ข้อ ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว จำนวน 5 ข้อ และด้านนวัตกรรมการจัดการสีเขียว จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลผลการดำเนินงานทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 5 ข้อ และด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 5 ข้อ

โดยแบบสอบถามชุดนี้ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและสามารถนำไปใช้ได้ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Try-out) กับผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหา

ค่าความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability Test) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.805-0.810 ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติสุตา ศรีสุข (2552) ได้เสนอว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เกินกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพ สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้ 1) ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2563 จำนวน 400 ฉบับ ที่อยู่ของผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถามโดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์ไปพร้อมกัน เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลา ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 131 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสอบถามทางโทรศัพท์กลับไปยังผู้บริหารธุรกิจยานยนต์กลุ่มตัวอย่างเดิม เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลอีกครั้ง ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับมาเพิ่มเติม 13 ฉบับ และ 2) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้งหมด 144 ฉบับ และมีจำนวนแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ จำนวน 142 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 35.50 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม กับผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิคแบบ ENTER และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ PER} = \beta_0 + \beta_1\text{PDI} + \beta_2\text{PCI} + \beta_3\text{ORI} + e$$

เมื่อ PER แทน ผลการดำเนินงาน

PDI แทน กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว

PCI แทน กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว

ORI แทน กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมการจัดการสีเขียว

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์

ตัวแปร	PER	PDI	PCI	ORI	VIFs
$\bar{X}$	4.01	4.16	4.23	4.11	
S.D.	0.47	0.66	0.57	0.65	
PER	-	0.554*	0.464*	0.440*	
PDI		-	0.645*	0.562*	1.812
PCI			-	0.667*	2.230
ORI				-	1.902

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม มีค่าตั้งแต่ 1.812-2.230 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.440-0.554 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน (PER) ได้ดังนี้

$$PER = 2.031 + 0.284(PDI) + 0.091(PCI) + 0.100(ORI)$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงาน (PER) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=23.310$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.322 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมแต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวม (PER) ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจยานยนต์

กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม	ผลการดำเนินงาน (PER)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	2.031	0.254	7.996*	<0.0001
ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (PDI)	0.284	0.066	4.325*	<0.0001
ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว (PCI)	0.091	0.084	1.076	0.284
ด้านนวัตกรรมการจัดการสีเขียว (ORI)	0.100	0.069	1.450	0.149
F = 23.310 p < 0.0001 Adj R ² = 0.322				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (PDI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน (PER) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 สำหรับกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว (PCI) และด้านนวัตกรรมการจัดการสีเขียว (ORI) ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงาน (PER) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 และ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมกับ
ผลการดำเนินงาน ของธุรกิจยานยนต์

กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม	ผลการดำเนินงาน (PER)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	2.387	0.209	11.432*	<0.0001
ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (PDI)	0.390	0.050	7.867*	<0.0001
F = 61.883 p < 0.0001 Adj R ² = 0.302				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า เมื่อนำกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (PDI) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงาน (PER) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.302 (ตาราง 3) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$PER = 2.387 + 0.390(PDI)$$

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจยานยนต์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจาก ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ให้ความสำคัญในการออกแบบคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการใหม่ให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะต้องมีการวางแผน ออกแบบ และผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาด้วยความรู้ หรือเทคโนโลยี โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญุภักดิ์ หล้าแหล่ง (2558) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สีเขียว โดยการใช้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้วัตถุดิบ พลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xie et al. (2019) พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ ซึ่งหากธุรกิจให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สีเขียวแล้ว จะทำให้ธุรกิจปรับปรุงแนวทางการทำงาน โดยใช้นวัตกรรมกระบวนการสีเขียว ซึ่งทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถลดต้นทุนในกระบวนการผลิตได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tang et al. (2018) พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นการใช้ประโยชน์จากแนวความคิดใหม่ ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดีขึ้นจากการใช้สินค้าและบริการ ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

กลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว และด้านนวัตกรรมจัดการสีเขียว ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงาน อาจเนื่องมาจาก การพัฒนากระบวนการทำงาน รวมถึงการปรับปรุงด้านการจัดการต่าง ๆ เพื่อให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น อาจมีความยุ่งยากและมีต้นทุนมากในช่วงเริ่มต้น เพราะต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น การออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ การเลือกวัตถุดิบในการผลิต การจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการกำจัดของเสียในกระบวนการผลิต เป็นต้น ทำให้เป็นอุปสรรคในการเกิดกระบวนการทำงานใหม่ ๆ ในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีธัญญา แสงล้อมสุวรรณ และคณะ (2560) พบว่า การพัฒนากระบวนการผลิตสีเขียว องค์กรจะต้องวางแผน และจัดสรรเงินลงทุนเพื่อสร้างและพัฒนากระบวนการสีเขียวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากองค์กรลงทุนด้านกระบวนการสีเขียวอย่างเพียงพอ จึงจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านการเงิน และด้านอื่น ๆ ให้กับองค์กรได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ควรมุ่งเน้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการวางแผน ออกแบบ และผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาด้วยความรู้ หรือเทคโนโลยี โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

1.2 ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ควรมุ่งเน้นนวัตกรรมการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การกำหนดนโยบายการสร้างวัฒนธรรมองค์กร เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และระบบการทำงานใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมสีเขียวขึ้นในธุรกิจ

1.3 ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดแนวทางหรือกระบวนการด้านการจัดการที่มุ่งเน้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการและรูปแบบการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม การออกแบบการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายทั้งผู้บริโภคและสภาพแวดล้อม ปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจ

1.4 ผู้บริหารธุรกิจยานยนต์ ควรมุ่งมั่นในการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณ การบำบัดมลพิษก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ ตลอดจนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดของเสีย การใช้ซ้ำ การปรับนำมาใช้ใหม่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมด้านอื่นที่จะเป็นตัวส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน เพื่อจะสามารถนำข้อมูลการวิจัยไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานโดยใช้ตัวแปรอื่น ๆ เช่น พันธมิตรทางธุรกิจ ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น

2.3 ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่น ที่มีต่อผลการดำเนินงาน เช่น กลยุทธ์สู่องค์กรสีเขียว กลยุทธ์สังคมสีเขียว กลยุทธ์บริษัทสีเขียว กลยุทธ์การตลาดสีเขียว กลยุทธ์มหาวิทยาลัยสีเขียว เป็นต้น

2.4 ควรมีการศึกษากลยุทธ์การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นรายอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น

2.5 ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจยานยนต์ เช่น ธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ธุรกิจที่ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพการดำเนินงาน หรือการประยุกต์ใช้มาตรฐานระดับสากลและทั่วโลกยอมรับ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสีเขียว เป็นต้น

2.6 ควรเพิ่มการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของตัวแปรในบริบทอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกต่อการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กิริณา คำสิงห์นอก. (2557). เปิดแนวคิดสู่ยุคเศรษฐกิจสีเขียว. *วารสารธุรกิจสีเขียว*, 8(2), 12–14.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัย*. เชียงใหม่: ครองช่าง.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2558). นวัตกรรมสีเขียวลดปัญหาโลกร้อน. *วารสาร Technology Management*, 41, 37–40.
- จรัญญา วงษ์ดอนขมิ้น, ญัฐภัทร์ สุนทรศีลสังวร, นิชชา จันทะมณี และ พัทธ์ชัย ศิริวงศ์. (2557).

- การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของบริษัทின் จำกัด.
วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ,
7(1), 191–201.
- ชัยญานัก หล้าแหล่ง. (2558). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของกลยุทธ์นวัตกรรมสีเขียว:
หลักฐานเชิงประจักษ์ของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตของไทยที่ได้รับรองมาตรฐาน
สิ่งแวดล้อม ISO 14001. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะ
ศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธวัชชัย รัชสมบัติ. (2560). ผลกระทบของการมุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ที่มีต่อผล
การดำเนินงานของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. ปรินญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาสน.
- ศรัญญา แสงล้อมสุวรรณ เสรี ชัดเข้ม และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2560). การพัฒนาเกณฑ์ประเมินการ
จัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสีเขียว. วารสารวิทยาการวิจัยและวิทยาการ
ปัญญา, 15(1), 20–35.
- สถาบันยานยนต์. (2563). MOTOR VEHICLE RECORD. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2563. จาก
<https://www.thaiauto.or.th/2012/th/>
- อัญชลีพร ไสสุทธิ์ ญัณนันท์ ฐิตยาปราโมทย์ และสุเกษม ลางกุลเสน. (2563). นวัตกรรมทาง
การบัญชีสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการอยู่รอดขององค์กร: กรณีศึกษาของธุรกิจที่ได้รับรอง
ISO 14001 ในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2(3),
29–41.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Reserch*. New York: John Wiley
& Sons Inc.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making (4th)*. USA:
John Wiley & Sons Inc.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *Translating strategy into action The Balanced
Scorecard*. Boston: Harvard Business School.
- Tang, M., Walsh, G., Lerner, D., Fitza, M. A., & Li, Q. (2018). Green Innovation, Managerial
Concern and Firm Performance: An Empirical Study. *Business Strategy and
the Environment*, 27(1), 39–51.
- Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green process innovation, green product innovation,
and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of
Business Research*, 101, 697–706.

ผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงาน
ของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY EFFICIENCY ON PERFORMANCE OF
LIMITED COMPANIES IN BURIRAM PROVINCE

ทิพย์สุดา ทาสีดำ¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Thipsuda Thasedom¹

¹Accountancy Program of Management, Buriram Rajabhat University

(Received: January 12, 2021; Revised: September 24, 2021; Accepted: October 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทจำกัด และวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัด ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 190 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประสบการณ์ด้านการทำงานน้อยกว่า 5 ปี และตำแหน่งงานเป็นพนักงาน 2) บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านระบบสารสนเทศ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3) บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับมาก 4) ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานโดยรวม ได้แก่ ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้ ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านระบบสารสนเทศ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสำคัญ : ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ, ผลการดำเนินงาน, บริษัทจำกัด

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the impact of information technology efficiency on the performance of the limited companies and analysis a relationship and the impact between the information technology efficiency on the performance of limited companies. The data was gathered from 190 staff of the limited

company using a questionnaire as a tool. The statistics used in data analysis were basic statistics, including percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The findings result revealed that 1) most of the respondents from the limited companies in Buriram Province are females with less than 30 years of age, bachelor degree and experience less than five years in the work position as personnel. 2) The limited companies in Buriram Province had opinion about the information technology efficiency both overall and each aspect were as follows; The accuracy was at the highest level. Other aspects, including completeness, information system, timeliness, and decision-making were at the high level. 3) The limited companies in Buriram Province had opinion about the performance both overall and each aspect including financial, customer, internal process, and learning and development were at the high level. 4) The information technology effectiveness had a relationship and positive impact on the overall performance. The variables that could significantly forecast the overall performance including accuracy, completeness, information system, timeliness, and decision-making.

Keywords: information technology efficiency, performance, limited company

บทนำ

บริษัทมีการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น ทำให้บริษัทมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย และใช้กันมากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการระบบงานต่าง ๆ (พรพิชิต โพธิ์ศรี, 2559) นอกจากนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศยังทำให้ข้อมูลส่วนใหญ่เก็บไว้ในฐานข้อมูลและคอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้ข้อมูลตัดสินใจได้รวดเร็ว (ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ และคณะ, 2562) และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการทำงาน และสร้างความสะดวกรวดเร็ว ได้ยิ่งขึ้น ดังนั้นนักบัญชีจึงต้องมีการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านการบัญชีอย่างเหมาะสม (เมธพร นามศรี, 2563) ซึ่งในปัจจุบันบริษัททุกบริษัทจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการใช้งานในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทางการเงิน การบันทึกบัญชี การขายสินค้า การซื้อสินค้า เป็นต้น เฉกเช่นเดียวกันกับบริษัทในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในบริษัท เนื่องจากจังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีการเติบโตทางธุรกิจสูงและยังมีการจัดตั้งบริษัทขึ้นจำนวนมากในปีที่ผ่านมา และมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้กับบริษัทค่อนข้างมาเพื่อที่จะทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทบรรลุเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญในการบริหารจัดการภายในบริษัท เพราะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว (ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง, 2558) ซึ่งประกอบไปด้วย ความถูกต้องเชื่อถือได้ ความสมบูรณ์ครบถ้วน ความทันต่อเวลา ระบบสารสนเทศ และความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (เขาวนุช รักสงฆ์, 2558) ดังนั้น นักบัญชีที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี สามารถนำความรู้ความเชี่ยวชาญ

และประสบการณ์จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้าสู่การปฏิบัติงานทางด้านการบัญชีเพื่อนำส่งข้อมูลทางการเงินการบัญชีที่มีคุณภาพสำหรับการประกอบการตัดสินใจและการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานจึงเป็นพื้นฐานสำคัญของการให้บริการ (รุจิจันทร์ วิชีวานิเวศน์, 2560)

ดังนั้น บริษัทที่ได้มีการนำระบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการแก้ไขปัญหาเพื่อต้องการให้การทำงานมีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งสารสนเทศยังสามารถให้ผลลัพธ์ที่มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถแลกเปลี่ยนหรือค้นหาได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น (จิรภัทร สุขชูศรี, 2560) ในส่วนของการวัดผลการดำเนินงานของบริษัทนั้นว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดการองค์กรในปัจจุบัน เนื่องจากการแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น ผู้บริหารที่มีความพร้อมในสารสนเทศถือเป็นผู้ที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้การตัดสินใจเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผน และทำนายอนาคตองค์กรได้เป็นอย่างดี (อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย, 2561) ผลการดำเนินงาน ซึ่งประกอบไปด้วย การเงิน ลูกค้ากระบวนการภายใน และการเรียนรู้และพัฒนา (กาญจนา สุกัณธสิริกุล, 2560) เพื่อช่วยให้ผลการดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลการประมวลผลและการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลนั้นเพิ่มมากยิ่งขึ้นและใช้เป็นแนวทางในการส่งสารสนเทศการบัญชีไปยังผู้ที่ต้องการใช้ได้ทันกับความต้องการไม่ว่าผู้ใช้ข้อมูลนั้นจะอยู่ที่ใดก็ตามประโยชน์ด้านการนำไปใช้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 850 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า : ออนไลน์)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 265 แห่ง โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเปิดตาราง (Krejcie & Morgan) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 25 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้ จำนวน 5 ข้อ ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 5 ข้อ ด้านระบบสารสนเทศ จำนวน 5 ข้อ ด้านความทันต่อเวลา จำนวน 5 ข้อ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 20 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา 4 ด้าน ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 5 ข้อ และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยพร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.2 ขออนุญาตนำแบบสอบถามจากคณะวิทยาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โดยแนบบรรณบัตรแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งจดหมาย และการเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ที่ได้รับตอบกลับมา พบว่า มีความสมบูรณ์ จำนวน 190 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 71.70 เมื่อเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 265 ฉบับ

3.4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความครบถ้วน สมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลต่อไป

3.5 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.811 - 0.864 และผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.851 - 0.914 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli and Hambleton (1977) แสดงให้เห็นว่าค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่ารายข้อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

3.6 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.848 - 0.882 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.881 - 0.926 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair and others (2006) แสดงความคิดเห็นว่าค่า Alpha มากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการประมวลผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ และผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับบรรยายและสรุปผลการวิจัย

ควบคู่กับบรรยายและสรุปผลการวิจัย ซึ่งกำหนดการให้คะแนนคำตอบแบบสอบถามดังนี้ (พวงผกา วรณการ, 2561)

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	กำหนดให้เป็น	5	คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	กำหนดให้เป็น	4	คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	กำหนดให้เป็น	3	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	กำหนดให้เป็น	2	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	กำหนดให้เป็น	1	คะแนน

แล้วนำคะแนนไปหาค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (พวงผกา
วรรณการ, 2561)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ
กับผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ
การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการ
พยากรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัท
จำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงาน
ของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	70	36.84
1.2 หญิง	120	63.16
รวม	190.00	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	98	51.58
2.2 30 – 40 ปี	67	35.26
2.3 41 – 50 ปี	20	10.53
2.4 มากกว่า 50 ปี	5	2.63
รวม	190.00	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	39	20.53
3.2 ปริญญาตรี	149	78.42
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	2	1.05
รวม	190	100.00
4. ประสบการณ์ด้านการทำงาน		
4.1 น้อยกว่า 5 ปี	80	42.11
4.2 5 – 10 ปี	61	32.11
4.3 10 – 15	18	9.47
4.4 มากกว่า 15 ปี	31	16.32
รวม	190	100.00
5. ตำแหน่งงาน		
5.1 พนักงาน	161	84.74
5.2 เจ้าหน้าที่	7	3.68
5.3 หัวหน้างาน	5	2.63
5.4 ผู้ช่วยผู้จัดการ	3	1.58
5.5 ผู้จัดการ	7	3.68
5.6 อื่น ๆ	7	3.68
รวม	190	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 120 คน (ร้อยละ 63.16) และเป็นชาย จำนวน 70 คน (ร้อยละ 36.84) อายุส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 30 ปี จำนวน 98 คน (ร้อยละ 51.58) รองลงมาอายุ 30-40 ปี จำนวน 67 คน (ร้อยละ 35.26) อายุ 41-50 ปี จำนวน 20 คน (ร้อยละ 10.53) และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 5 คน (ร้อยละ 2.63) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี จำนวน 149 คน (ร้อยละ 78.42) รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน (ร้อยละ 20.53) และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.05) ประสบการณ์ด้านการทำงานส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 80 คน (ร้อยละ 42.11) รองลงมา 5-10 ปี จำนวน 61 คน (ร้อยละ 32.11) มากกว่า 15 ปี จำนวน 31 คน (ร้อยละ 16.32) 10-15 ปี จำนวน 18 คน (ร้อยละ 9.47) และตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานจำนวน 161 คน (ร้อยละ 84.74) รองลงมาเจ้าหน้าที่ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 3.68) ผู้จัดการ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 3.68) อื่น ๆ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 3.68) หัวหน้างาน จำนวน 5 คน (ร้อยละ 2.63) และผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 1.58)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมและเป็นรายด้านของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้	4.52	0.55	มากที่สุด
2. ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน	4.43	0.58	มาก
3. ด้านระบบสารสนเทศ	4.42	0.55	มาก
4. ด้านความทันต่อเวลา	4.37	0.58	มาก
5. ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	4.37	0.57	มาก
โดยรวมเฉลี่ย	4.46	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.55) ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.58) และด้านระบบสารสนเทศ ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.55)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	4.33	0.61	มาก
2. ด้านลูกค้า	4.43	0.57	มาก
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.32	0.55	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.36	0.52	มาก
โดยรวม	4.36	0.53	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.57) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.52) และด้านการเงิน ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.61)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานโดยรวม (PF) ของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

ตัวแปร	PF	RL	CP	IS	TL	DC	VIF
$\bar{x}$	4.36	4.52	4.43	4.42	4.37	4.37	
S.D.	0.53	0.55	0.58	0.55	0.58	0.57	
PF	-	0.547*	0.491*	0.464*	0.421*	0.520*	
RL		-	0.591*	0.532*	0.571*	0.566*	1.994
CP			-	0.489*	0.462*	0.535*	1.736
IS				-	0.567*	0.581*	1.819
TL					-	0.589*	1.888
DC						-	1.992

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระประสิทธิภาพเทคโนโลยีมีค่าตั้งแต่ 1.736-1.994 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน ทำให้ไม่เกิดปัญหาเนื่องจากความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระ (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวม (PF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.421–0.547 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม (PF) ได้ดังนี้ $PF = 1.189 + 0.257(RL) + 0.147(CP) + 0.113(IS) + 0.001(TL) + 0.195(DC)$

ตารางที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยใช้ตัวแปรตามเป็นผลการดำเนินงานโดยรวม (PF) ของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์

เทคโนโลยีสารสนเทศ	ผลการดำเนินงาน โดยรวม (PF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.189	0.299	3.969	0.000*
1. ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้ (RL)	0.257	0.078	0.268	3.300
2. ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (CP)	0.147	0.069	0.161	2.120
3. ด้านระบบสารสนเทศ (IS)	0.113	0.074	0.118	1.524
4. ด้านความทันต่อเวลา (TL)	0.001	0.072	0.002	0.021*
5. ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (DC)	0.195	0.075	0.212	2.615
$F = 23.662$ $p = 0.000$ Adjusted $R^2 = 0.375$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความทันต่อเวลา (TL) มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวม และสำหรับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้ (RL) ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (CP) ด้านระบบสารสนเทศ (IS) และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (DC) ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวม

โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้ $PF = 1.189 + 0.001(TL)$

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวม และเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านระบบสารสนเทศ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศเป็น เทคโนโลยีที่ใช้จัดการข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการ โดยอาศัยเทคโนโลยีทาง ด้านคอมพิวเตอร์ทั้ง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในการรวบรวม การจัดเก็บข้อมูล การประมวลผล การพิมพ์ การสร้างรายงาน เป็นต้น เป็นการประมวลผลข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสมบูรณ์ถูกต้อง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างองค์กรทั้งภายในและภายนอก สามารถดำเนินการร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ กษมาพร ยังสัมปอຍ (2562) พบว่าปัจจัยการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในบริษัทจำกัด ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วนของผู้ทำบัญชี และด้านความทันต่อเวลาเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีตามลำดับข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานพบว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในบริษัทจำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับวิจัยของ ฉัตรชัย อินทสังข์ (2562) พบว่า ผู้ประกอบการในบริษัทจำกัดมีความคิดเห็นต่อด้านความถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความทันต่อเวลา ด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านความรู้ความสามารถทางวิชาการ ตามลำดับ

2. บริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และอยู่ในระดับมาก เนื่องจากความสำคัญของผลการดำเนินงานมีความสำคัญต่อธุรกิจ ทำให้บริษัททราบว่าขณะนี้ประสบความสำเร็จเพียงใด การดำเนินงานของบริษัทเมื่อเทียบกับเป้าหมายทางไกลเพียงใด กระบวนการของบริษัทยังคงอยู่ในภาวะควบคุมและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่มุ่งหวัง เพื่อให้ทราบว่าบริษัทมีจุดอ่อน หรือโอกาสพัฒนาในประเด็นใดบ้าง ปัจจัยหลายประการของบริษัทที่มีความแตกต่างกัน ความต้องการของบริษัทที่จะเพิ่มยอดขายรวมถึงการเจริญเติบโต ผลประโยชน์และ การพัฒนาตลาด การเข้าใจถึงศักยภาพของบริษัททำให้บริษัทมีการพัฒนาด้านต่าง ๆ เพื่อการอยู่รอด และความมั่นคงในการดำเนินงานในปัจจุบันองค์กรได้ให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จ และการประกันคุณภาพ การดำเนินงานมากขึ้น มีการกำหนดดัชนีวัดคุณภาพและวัดความสำเร็จของการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้บริหารได้ทราบถึงผลการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ นิตยา ใจดี (2562) พบว่า บุคลากรในบริษัทจำกัดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงินด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทวี ลดาพรหมทอง (2560) พบว่า บุคลากรในบริษัทจำกัดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา สุค์ณศรีกุล (2560) พบว่า บุคลากรในบริษัทจำกัดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

3. ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน โดยรวม และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานโดยรวม ได้แก่ ด้านความถูกต้อง เชื่อถือได้ ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านระบบสารสนเทศ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เนื่องจาก ประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีที่ใช้จัดการข้อมูล เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการ โดยอาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ทั้ง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในการรวบรวม การจัดเก็บข้อมูลการประมวลผล การพิมพ์ การสร้างรายงาน เป็นต้น เป็นการประมวลผลข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็วและสมบูรณ์ถูกต้อง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างองค์กรทั้งภายในและภายนอก สามารถดำเนินการร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พรชัย วีระนันท์หาเวทย์ (2556: บทคัดย่อ) พบว่า มาตรฐานการปฏิบัติงานวิชาชีพ ตรวจสอบภายในด้านการตัดสินใจ ด้านการนำไปใช้และด้านสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีผลกระทบกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กรด้านถูกต้องและความน่าเชื่อถือวิชาชีพตรวจสอบภายใน ด้านการปฏิบัติงาน ด้านระบบสารสนเทศ ด้านจริยธรรมของผู้ตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีผลกระทบกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กรของผลการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับวิจัยของ เยาวนุช รักสงฆ์ (2562) ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้องและด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลามีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ซึ่งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงานของธุรกิจต่อไป และสอดคล้องกับวิจัยของ ญัฐธิดา จินวิเศษ และคณะ (2559) คุณลักษณะสารสนเทศทางการบัญชีที่ดีที่มีผลกระทบต่อการวางแผนมีผลกระทบเชิงบวกต่อการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมในเขต กรุงเทพมหานคร คุณลักษณะสารสนเทศทางการบัญชีที่ดีด้านความสมบูรณ์ ด้านความประหยัด ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจง่าย ด้านความทันเวลา และระบบสารสนเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.1 บริษัทจำกัดใช้เป็นแนวทางในการจัดอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ แก่บุคลากรในบริษัท
- 1.2 บุคลากรในบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานเพื่อความถูกต้องครบถ้วนของงาน
- 1.3 ใช้ในการพัฒนาองค์กรโดยการส่งเสริมและให้ความสำคัญแก่บุคลากร ให้ปฏิบัติตามกระบวนการในระบบสารสนเทศเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือขององค์กร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

- 2.1 ควรศึกษาประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำผลงานวิจัยที่ได้มาทำการเปรียบเทียบว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร
- 2.2 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผลการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ และแจ้งสถานประกอบการให้หาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ
- 2.3 นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วควรใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นบ้าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth- Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). ข้อมูลนิติบุคคล และประเภทธุรกิจในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2563, จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th>
- กษมาพร ยังสัมพันธ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2560). ผลกระทบของธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. รายงานวิจัยสาขาเทคโนโลยีการจัดการ สาขาวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการ.
- จิรภัทร สุขสุศรี. (2560). ระบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศบนฐานบริการซอฟต์แวร์คลาวด์และฐานข้อมูลการจัดการโครงแบบ: กรณีศึกษาโครงการใช้บริการการบำรุงรักษาระบบจากภายนอก บริษัท ยิบอินซอย จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ และคณะ. (2662). ศักยภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบที่มี
ความน่าเชื่อถือทางการตรวจสอบและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการสอบบัญชีที่ดีของ
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุดรธานี**, 1(4). 37-48.
- ณัฐธิดา จินวิเศษ นภาพร โคตรจันทน์ และธิดิรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์. (2563). คุณลักษณะสารสนเทศ
ทางการบัญชีที่ดีที่มีผลต่อการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน **การประชุมวิชาการ NMCCON**. หน้า 287-295.
นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- นิตยา ใจดี. (2562). คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน **การประชุมวิชาการและการนำเสนอ
ผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 3**. หน้า 358-366. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พรชัย วีระนันท์นาเวทย์. (2556). ผลกระทบของมาตรฐานการปฏิบัติงานวิชาชีพตรวจสอบภายในที่มี
ต่อการบริหารความเสี่ยงขององค์กรของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนล่าง. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**.
8(1). 123-138.
- เมธพร นามศรี, ณัฐวงศ์ พูนพล และสมิตรา จิระวุฒินันท์. (2563). ผลกระทบของทักษะด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 12(2). 71-86.
- เยาวนุช รักสงฆ์. (2562). ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการ
ดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารการบัญชี
และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 11(2). 200-213.
- _____. (2551). **สำรวจการใช้สารสนเทศทางการบัญชีในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กรณีศึกษาเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รุจิจันทร์ วิชวานิเวศน์. (2560). **สารสนเทศทางธุรกิจ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม)**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง. (2558). “ประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของ
เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.” **วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์**, 8(3). 1051-1062.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสีห์ และอำพล ชะโยมชัย. (2561). นวัตกรรมและผลกระทบต่อผลการ
ดำเนินงานของกิจการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย. **วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 38(1). 18-35.

การเชื่อมโยงโซ่อุปทานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง
THE LINKAGE OF SUPPLY CHAIN OF THACHANG COMMUNITY
ENTERPRISE IN TOURISM

นุชจรี ภัคดีจ่อหอ¹ รตามณี พัลลภชนกนาถ¹ และ ชิตวรา บรรจงปรุ¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Nutcharee Pakdeechoho¹ Radamanee Panlopchanoknat¹ and Chitwara Banjongpru¹

¹Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

(Received: February 13, 2021; Revised: July 11, 2021; Accepted: October 14, 2021)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง และการท่องเที่ยวในตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาศักยภาพของ อุปทานการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) เสนอแนะแนวทางการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง จากระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ และการระดมสมอง กลุ่มเป้าหมายจำนวนรวม 15 คน ได้แก่ ผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง ผู้แทน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง นักท่องเที่ยว และภาคีเครือข่ายการวิจัยภาครัฐและเอกชน ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เนื้อหาและวิเคราะห์สรุปอุปนิสัย

ผลการศึกษาพบว่า สภาพปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามประเพณีและกิจกรรมนันทนาการ ใน 4 แหล่งท่องเที่ยวหลัก ซึ่งตั้งอยู่ริมฝั่งลำน้ำมูล คือ ลานไพรเฉลิมพระเกียรติ ซากเรือโบราณ ภูมิทัศน์ช้างศึกดำบรรพ และสะพานดำ โดยการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลท่าช้าง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาทัศนศึกษาเป็นหมู่คณะ บางส่วนมาเป็นครอบครัว และกลุ่มเพื่อนฝูง นอกจากนี้ ในพื้นที่ยังมีกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าอาหาร เครื่องใช้ในบ้าน ของฝาก ของที่ระลึก และให้บริการ โฮมสเตย์ที่พัก ศักยภาพของอุปทานการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวใน ตำบลท่าช้าง มีวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างทำหน้าที่เป็นโซ่อุปทานกลางน้ำ กลุ่มอาชีพต่าง ๆ และผู้ประกอบการร้านอาหารเครื่องดื่มเป็นโซ่อุปทานต้นน้ำ และผู้ประกอบการให้บริการขนส่งเดินทางเป็น โซ่อุปทานปลายน้ำ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลท่าช้างมีศักยภาพในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเป็น จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีเส้นทางเดินทางเข้าถึงได้ง่าย ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในบางครั้ง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักในบางแหล่งเท่านั้น ดังนั้น แนวทางการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างควรกำหนดตามศักยภาพด้านอุปทานและทรัพยากร การท่องเที่ยว มีการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีการดำเนินการร่วมกันทั้งโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ต้นน้ำและปลายน้ำ ในรูปแบบกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงรับ และกลยุทธ์เชิงป้องกัน การ ดำเนินกลยุทธ์จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากสมาชิกตลอดโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ตำบลท่าช้าง และภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชน

คำสำคัญ: โซ่อุปทานการท่องเที่ยว, วิสาหกิจชุมชน, ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ABSTRACT

The purposed of this research were 1) to study the current situation of Thachang Community Enterprise in tourism in Thachang Sub-district, Chaloem Phra Kiat District, Nakhon Ratchasima; 2) to study the potential of the supply of tourism and tourism resources, and 3) to provide the supply chain linkage guideline in tourism of Thachang Community-Based Tourism Enterprise. Using qualitative research approach, data was gathered from secondary sources and primary data was collected by conducting observation, in-depth interviews, and brain storming. There were 15 participants as a target group of the study, including leader and members of Thachang Community-Based Tourism Enterprise, the representatives of Thachang subdistrict administration organization, tourists, and private and public research party. Data was analyzed by using content analysis and analytic induction approaches.

The results of the study demonstrated the current situation of Thachang Community-Based Tourism Enterprise has arranged tourism activities in terms of festival and leisure. Four major tourist attractions located by the Moon riverside are the Lan Trai Chaloem Phra Kiat park, an antique boat, the prehistoric elephant park, and a black bridge. According to tourism in Thachang Sub-district, most tourists were groups of field trip while some tourists traveled with their family and friends. In Thachang Sub-district, there are also career groups which produce food, home equipments, and souvenir products as well as provide homestay service. With regard to the potential of the supply side, tourism and tourism resources in Thachang Sub-district, Thachang Community-Based Tourism Enterprise seems to be in the middle of the tourism supply chain while career groups and local entrepreneurs are in the upstream and transportation business are in the downstream. The tourism in Thachang Sub-district has the potential in terms of interesting tourist attractions and easily accessible travel route. While, tourism activities are sometimes, in addition, amenities and accommodations are provided in some tourist attractions. As a result, the supply chain linkage guideline in tourism of Thachang Community-Based Tourism Enterprise should be formulated based on the potential of the supply side tourism and tourism resources. The tourism activities should be determined for coordinating both upstream and downstream tourism supply chain in Thachang Sub-district in terms of proactive strategy, change strategy, reactive strategy, and preventive strategy. To implement these strategies, the collaboration and support of the whole tourism supply chain in Thachang Sub-district and private and public research party should be needed.

Keywords: Tourism Supply Chain, Community Enterprise, Tourism Resources

บทนำ

พื้นที่ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา เป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ของอุทยานธรณี “โคราชจีโอพาร์ค” (Khorat Geo Park) ที่มีเป้าหมายการดำเนินงานสู่จีโอพาร์คโลกของยูเนสโก (UNESCO) ทำให้พื้นที่ตำบลท่าช้างจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนเพิ่มมากขึ้น ด้วยเป็นพื้นที่ซึ่งมีความสะดวกในการคมนาคม ทั้งระบบรางด้วยเส้นทางรถไฟปลายทางจังหวัดอุบลราชธานี หรือทางถนนด้วยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 226 สายห้วยทะเล-วารินชำราบ ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมทางบกที่สำคัญสู่จังหวัดในภาคอีสานตอนล่าง อีกทั้งพื้นที่ตำบลท่าช้างยังเป็นที่ตั้งของท่าอากาศยานนครราชสีมา นอกจากนี้พื้นที่ตำบลท่าช้างมีลำน้ำของแม่น้ำมูลไหลผ่านจึงทำให้เป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานของประชาชนมายาวนาน มีชุมชนโบราณริมลำน้ำมูล เรียกกันว่า หมู่บ้านท่าช้าง ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่ในตำบลท่าช้างประกอบอาชีพเกษตรกรรม (องค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง, 2563ก)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีความงดงาม มีความสำคัญหรือมีคุณค่า ซึ่งพื้นที่ตำบลท่าช้างมีทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทรัพยากรธรรมชาติ คือ ลำน้ำมูล และต้นไทรงามขนาดใหญ่ 2) สถานที่ทางประวัติศาสตร์ คือ สะพานดำ เป็นสะพานรถไฟข้ามแม่น้ำมูล และมีอุทยานซึ่งเป็นสถานที่ประทับพำนักของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ในคราวที่ทรงเสด็จตรวจงานรถไฟ รวมถึงไม้กลายเป็นหิน และโครงกระดูกซากช้างโบราณดึกดำบรรพ์ (องค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง, 2563ข และ สำนักงานอุทยานธรณีโคราช, 2563)

ประชาชนในตำบลท่าช้าง มีการรวมกลุ่มจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง เมื่อปี พ.ศ. 2561 ตามโครงการพัฒนาพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค เพื่อพัฒนาส่งเสริมการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประชาชนในพื้นที่ จากการประชุมร่วมระหว่างผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้างและนักวิจัยเพื่อพัฒนาโจทย์วิจัย (22 มกราคม 2562) พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้างมีความต้องการแก้ไขปัญหาข้อจำกัดของกลุ่มและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม โดยกลุ่มได้ริเริ่มทดลองเช่าเรือมาให้บริการล่องเรือนำเที่ยวตามลำน้ำมูล แต่อาจเนื่องจากกลุ่มเพิ่งถูกจัดตั้งจึงอยู่ในช่วงเริ่มต้น ทำให้ขาดความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการดำเนินงาน กลุ่มจึงขาดความพร้อมในการจัดกิจกรรมการล่องเรือสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และในรูปแบบแพ็คเกจสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ เช่น ไกด์นำเที่ยว กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการในระหว่างการเดินทาง และการทำประกันภัย เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มยังมีความต้องการที่จะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องเชื่อมโยงเพื่อสร้างให้เกิดรายได้แก่คนในชุมชน เช่น กลุ่มแม่บ้านหรือกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าชุมชน ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการร้านค้าร้านอาหาร ผู้ให้บริการรถรับจ้างในการเดินทางคมนาคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบตามโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ดังนั้น แนวทางหนึ่งของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง คือ ความรู้เข้าใจในการบริหารจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนและเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านอุปทาน หรือ Supply-side เพื่อสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชน และเป็นข้อมูลประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่จะสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนแก่ชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างและการท่องเที่ยวในตำบลท่าช้าง
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของอุปทานการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวในตำบลท่าช้าง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการเชื่อมโยงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรม และลักษณะที่เป็นนามธรรม ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ในลักษณะที่เรียกว่า แหล่งท่องเที่ยว หรือไม่อยู่ในลักษณะแหล่งท่องเที่ยวก็ได้ เช่น ภาษา วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหารประจำชาติ เป็นต้น (วรรณา ศิลปอาชา, 2545) โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงดงามแปลกตา มีความสำคัญหรือมีคุณค่า รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตอันดีงามที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ (อิสริยา เลหาศิรินันท์, 2552)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความสวยงามแปลกตาตามสภาพทางภูมิศาสตร์และธรณีวิทยา 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ซึ่งมนุษย์แต่ละกลุ่มหรือชุมชนได้สร้างประดิษฐ์คิดค้น และยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน และ 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวได้ ควรมีลักษณะหลักที่สำคัญ 5 ประการ หรือที่เรียกว่า 5As (Dickman, 1997) ได้แก่

- 1) จุดดึงดูด (Attractions) คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว
- 2) เดินทางเข้าถึง (Accessibility) คือ วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น
- 3) กิจกรรม (Activities) ซึ่งเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว
- 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ พื้นฐานบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง
- 5) ที่พัก (Accommodation) เพื่อการพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว

2. โซ่อุปทานการท่องเที่ยว

แนวคิดด้านการจัดการโซ่อุปทาน หมายถึง การประสานงานเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบของหน้าที่ทางธุรกิจภายในองค์กรและระหว่างองค์กรที่เชื่อมโยงกันเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพระยะยาวขององค์กรเองและองค์กรที่เชื่อมโยงกัน (Mentzer, 2001)

จากมุมมองของโซ่อุปทาน ซึ่งมีองค์ประกอบของอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) ทำให้โซ่อุปทานการท่องเที่ยวมี

หลากหลายองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับหลายองค์กรทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เชื่อมโยงกันในลักษณะโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ อุตสาหกรรมการต้อนรับ (Hospitality Industry) ที่อำนวยความสะดวกสบาย หรือสถานที่ที่ทำให้เกิดกิจกรรมสังสรรค์ใช้เวลาร่วมกัน 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ เป็นแกนกลางที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต้นน้ำ และปลายน้ำ ในลักษณะการค้าการท่องเที่ยว ที่ต้องมีการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ การทำการตลาดการท่องเที่ยว และ 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ อุตสาหกรรมการเดินทาง (Travel Industry) ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ ด้วยยานพาหนะต่าง ๆ ที่สร้างให้เกิดกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเคลื่อนย้ายนำพานักท่องเที่ยวเข้ารับบริการธุรกิจต้นน้ำ และกลางน้ำ (Pizam, 2009 อ้างถึงใน ชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2558)

3. วิสาหกิจชุมชน และการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ทั้งในรูปแบบนิติบุคคล หรือไม่นิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยสามารถจัดตั้งและดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยมีหลักการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560)

ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน มีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุนแรงงานในชุมชนเป็นหลัก 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4) เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล 5) ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญ และ 7) มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย

ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) โดย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2561) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว มีการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ และภูมิปัญญา ให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยอาจจะมีหน่วยงานภายนอกเป็นผู้ให้การสนับสนุน แต่คนในชุมชนถือเป็นเจ้าบ้านที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ และประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือนผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว โซ่อุปทานการท่องเที่ยว และวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดย วิษสุตา ร้อยพิลา และปรีดา ไชยา (2558) พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Amenities) มากที่สุด รองลงมาคือความเป็นมิตรไมตรี (Amities) และสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีผลกระทบน้อยมาก

สำหรับการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว มนทิรา สังข์ทอง ธนภฤต ยอดอุดม และวิศ คำหาญพล (2560) พบว่า ผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบสำคัญในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ที่พัทโฮมสเตย์ซึ่งมีความสัมพันธ์ในลักษณะเชื่อมโยงต่อกันไปตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่ น้ำเที่ยว อาหาร ผลิตภัณฑ์ และพาหนะต้นกล้า เมื่อพิจารณาในแต่ละส่วนสำหรับโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง โดย จิรนนท์ เข็มจันทร์ ปัญญา หมั่นเก็บ และณัฐพศุทธิ์ ภัทธีราสินศิริ (2561) พบว่า 1) ต้นน้ำ คือ ทรัพยากร อาหารและเครื่องมือ เครื่องมืออุปกรณ์ งานฝีมือท้องถิ่นและการแปรรูป น้ำและพลังงาน และขยะ/รีไซเคิล 2) กลางน้ำ ได้แก่ ที่พักอาศัย การขนส่งเดินทาง กิจกรรม ตัวแทนจัดการเดินทางท่องเที่ยว และ 3) ปลายน้ำ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ สุจิตา ศรีไชยวาน และขวัญกมล ดอนขวา (2556) ที่ระบุว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยปลายน้ำของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเกิดจากปัจจัยกลางน้ำ คือ การให้บริการด้านที่พัก เดินทาง สถานที่และกิจกรรม และอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น โดยสัมพันธ์กับปัจจัยต้นน้ำ คือ การบริหารจัดการด้านทรัพยากรและศักยภาพ คุณลักษณะขององค์กร การไหลเวียนของข้อมูล ค่านิยมและวัฒนธรรม ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่

ในส่วนการประสานงานในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวระหว่างธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว Guo, X., and He, L. (2012) พบว่า ปัญหาการประสานงานระหว่างธุรกิจโรงแรมกับธุรกิจนำเที่ยวเนื่องจากธุรกิจโรงแรมมีอำนาจต่อรองสูงกว่าจึงทำให้มีรายได้จากโปรแกรมท่องเที่ยวมากกว่าธุรกิจนำเที่ยว การบรรเทาปัญหาให้สามารถประสานงานได้บรรลุผลจึงควรใช้กลยุทธ์การให้สิ่งจูงใจ ในรูปแบบสัญญาที่มีส่วนลดราคาตามปริมาณบนพื้นฐานการแบ่งปันรายได้

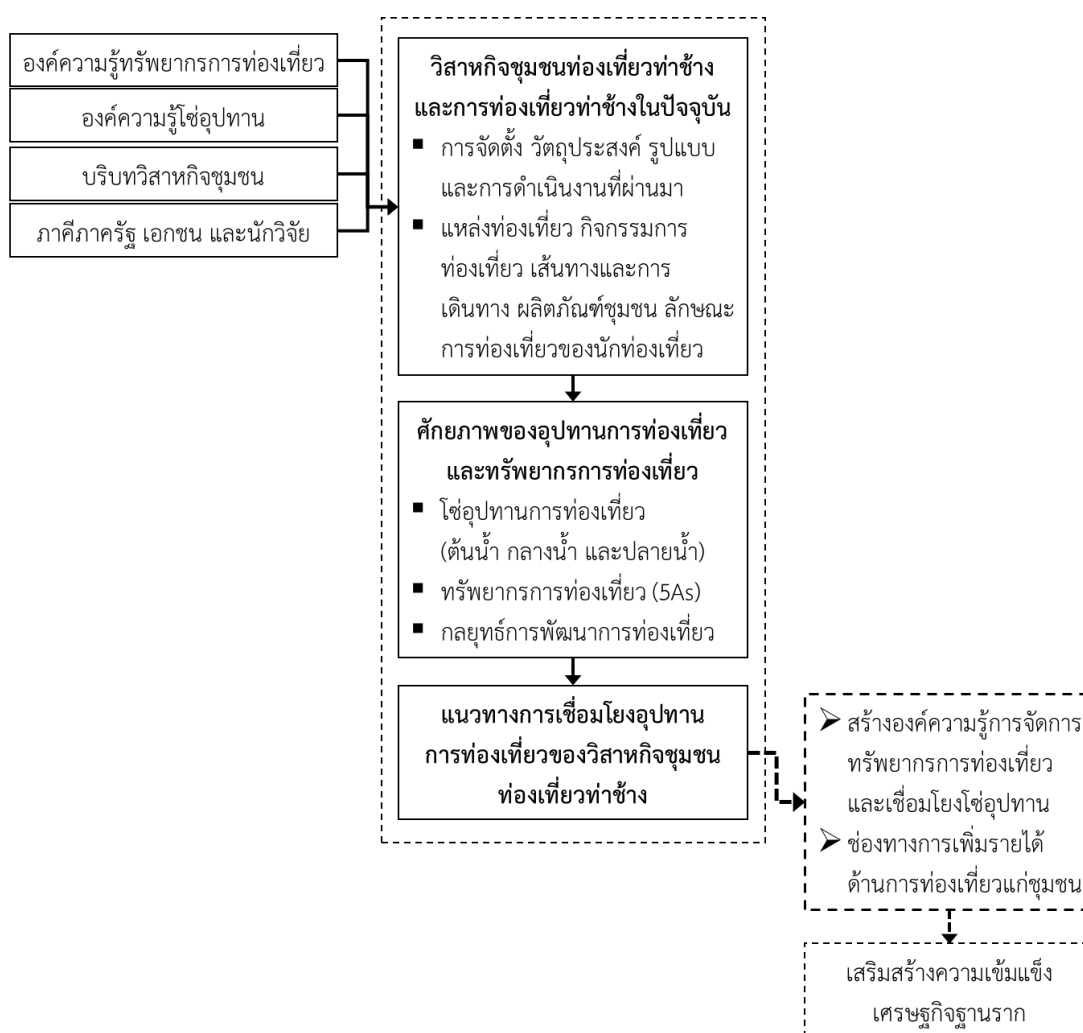
สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่เกาะช้างใต้ จังหวัดตราด โดย ทิพย์สุตา พุฒจรร และคณะ (2556) ได้นำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมาใช้ดำเนินการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวใน 3 ส่วน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ แนวคิดการจัดการท่องเที่ยว ผู้นำชมรม สมาชิกชมรม และทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) กระบวนการ ได้แก่ การบริหารจัดการชมรม การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว การจัดการผลประโยชน์ การจัดการเรียนรู้ การเชื่อมโยงสู่ชุมชน และการจัดการเครือข่ายความร่วมมือ และ 3) ผลลัพธ์สู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) นำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สมาชิก การศึกษาศักยภาพชุมชนและความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาศักยภาพร่วมกัน การพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว การกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎกติกาต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยว การกำหนดรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว การจัดทำโปรแกรมเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน การทดลองและ

ประเมินผลโปรแกรมเส้นทางและกิจกรรมฯ การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งระบบ การจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด และการติดตามและประเมินผล

Nair & Hamzah (2015) ระบุถึงความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มี 9 กระบวนการ โดยช่วงที่ 1 คือ การเริ่มต้นและการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) การระบุความต้องการและความพร้อมของชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว 2) การศึกษาและเตรียมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว 3) การระบุและจัดตั้งผู้นำ และตัวแทนท้องถิ่น และ 4) การเตรียมและพัฒนาองค์กรชุมชน ส่วนช่วงที่ 2 คือ การนำไปสู่ความยั่งยืน ได้แก่ 5) การพัฒนาพันธมิตร 6) การเลือกและบูรณาการกระบวนการ 7) วางแผนและออกแบบสินค้าคุณภาพ 8) กำหนดความต้องการตลาดและพัฒนากลยุทธ์การตลาด และ 9) การปฏิบัติและติดตามการดำเนินงาน

จากแนวคิดและงานวิจัยดังกล่าว นำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดเพื่อพัฒนาแนวทางการเชื่อมโยงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวท่าช้าง ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการเชื่อมโยงโซ่อุปทานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้างครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิจัยตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) โดยการสัมภาษณ์ สังเกต ระดมสมอง กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร นำมาวิเคราะห์ และสรุปนำเสนอผลการศึกษา

2. กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้นำและกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง ผู้บริหารหรือผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว จำนวนรวม 15 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเชิงคุณภาพครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย

3.1 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

3.2 แบบบันทึกการระดมสมอง

3.3 แบบบันทึกข้อมูลและการสังเกต

เครื่องมือการวิจัยได้พัฒนาจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ นำมากำหนดหัวข้อ และประเด็นคำถามในการศึกษา โดยมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของคำถามหลัก และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนนำเครื่องมือไปใช้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนมีนาคม 2562 ถึงเดือน มิถุนายน 2563 โดยข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิเก็บรวบรวมจากเอกสาร หลักฐาน เว็บไซต์ต่าง ๆ และข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิเก็บรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมายการวิจัย มีเครื่องมือการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการลงพื้นที่สังเกตโดยใช้แบบบันทึกข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการจัดเวทีระดมสมองด้วยแบบบันทึกการระดมสมอง และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากการค้นคว้าสรุปข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ นำมาบันทึกในแบบบันทึกข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อให้เกิดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ในด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ด้านข้อมูล และด้านผู้วิจัย โดยมีคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ สังเกต และระดมสมอง และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ข้อมูลที่ได้นำมาตรวจสอบความสอดคล้องตรงกัน และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการบรรยายพรรณนา ตารางสรุป และแผนภาพ

ผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างและการท่องเที่ยวตำบลท่าช้าง

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง โคราจีโอพาร์ก (Khorat Geopark) จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2561 ภายใต้การส่งเสริมของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมพัฒนาดูแลบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้มาตรฐาน และก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชน โดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้างสนับสนุนการรวมกลุ่มและการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างมีโครงสร้างการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการดำเนินการ ประกอบด้วย ประธานคณะกรรมการดำเนินการ รองประธานคณะกรรมการดำเนินการ คณะกรรมการ เจริญญิก และ เลขานุการ สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวและการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง มีดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลท่าช้างมีแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง คือ 1) ลานไพรเฉลิมพระเกียรติ หรือไพรงามท่าช้าง 2) พื้นที่จัดแสดงซากเรือโบราณ 3) ภูมิทัศน์โขลงช้างดึกดำบรรพ์ และ 4) สะพานดำ ซึ่งทั้ง 4 แหล่งท่องเที่ยวนี้ตั้งอยู่ติดริมลำน้ำมูลซึ่งเป็นแม่น้ำสำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่มีลำน้ำไหลผ่านพื้นที่ตำบลท่าช้าง

1.2 กิจกรรมการท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) กิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ได้แก่ งานประเพณีสงกรานต์และวันผู้สูงอายุ งานประเพณีวันลอยกระทง และ 2) กิจกรรมนันทนาการ ได้แก่ กิจกรรมเดิน วิ่ง ปั่น และกิจกรรมล่องแพแลลำมูล

1.3 เส้นทางเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ตำบลท่าช้างมีเส้นทางคมนาคม 2 รูปแบบหลัก คือ ทางบก และทางน้ำ โดยทางบกสามารถสัญจรได้ทั้งทางถนน โดยรถส่วนบุคคลหรือรถรับจ้างไม่ประจำทาง และรถโดยสารสาธารณะ ส่วนทางรางพื้นที่ตำบลท่าช้างมีเส้นทางรถไฟและมีสถานีรถไฟชื่อ สถานีท่าช้าง สำหรับทางน้ำ สามารถเดินทางได้ด้วยเรือเช่าเหมาลำซึ่งไม่เป็นที่นิยม

1.4 ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประชาชนมีการรวมกลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์และให้บริการ ได้แก่ กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มเสื้อทอมือ กลุ่มน้ำพริกปลาข้าวบอง กลุ่มปลาแห้งแดดเดียว กลุ่มพวงกุญแจลูกปัด

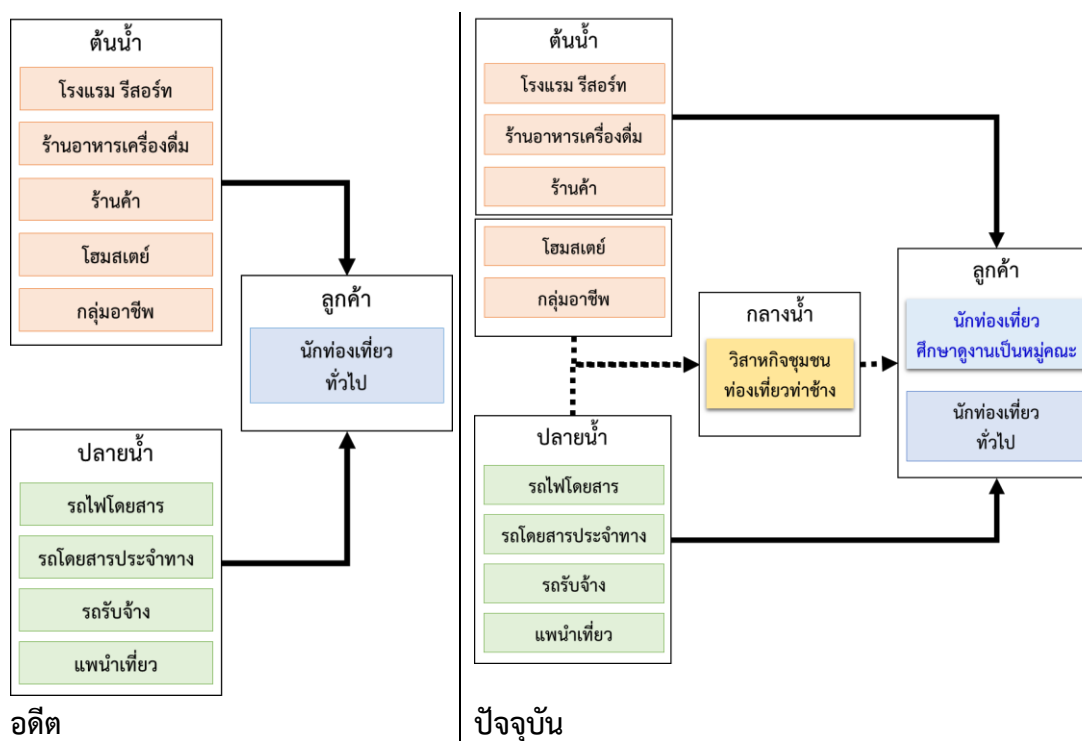
1.5 ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวตำบลท่าช้าง จำแนกได้ 2 กลุ่มหลัก คือ 1) นักท่องเที่ยวทัศนอาจร ที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ และ 2) นักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เดินทางมาเป็นครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อนฝูง

2. ศักยภาพอุปทานการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวในตำบลท่าช้าง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของสภาพปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างและการท่องเที่ยวตำบลท่าช้าง สรุปได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) โซ่อุปทานการท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) ศักยภาพอุปทานของการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวในตำบลท่าช้าง

2.1 โซ่อุปทานการท่องเที่ยว สมาชิกโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ต้นน้ำ คือ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าชุมชน 2) กลางน้ำ คือ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้าง และ 3) ปลายน้ำ คือ รถรับจ้าง รถประจำทาง รถไฟ ทั้งนี้ ในอดีตมีเพียงสมาชิกต้นน้ำ

และปลายน้ำ จนกระทั่งมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประสานงาน การจัดการท่องเที่ยว จึงเสมือนเป็นสมาชิกโซ่อุปทานกลางน้ำ ดังนั้น รูปแบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ตำบลท่าช้างสามารถเปรียบเทียบในอดีตและปัจจุบัน แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตำบลท่าช้างในอดีตและปัจจุบัน

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยว องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวตำบลท่าช้าง ได้แก่

2.2.1 แหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่งสำคัญ มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

2.2.2 เส้นทางคมนาคม สามารถเดินทางเส้นทางบกโดยรถยนต์และรถไฟซึ่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกยกเว้นบางครั้งในฤดูฝน ส่วนเส้นทางน้ำซึ่งใช้การเช่าเหมาเรือเป็นครั้งคราวและอาจไม่สามารถเดินทางได้ในฤดูแล้ง

2.2.3 กิจกรรมการท่องเที่ยว มีความเกี่ยวเนื่องกับแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงวิถีชีวิตชุมชน แต่มีการจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราวเท่านั้น ไม่ต่อเนื่อง

2.2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก มีผู้ให้บริการในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว

2.2.5 ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีสินค้าในท้องถิ่นแต่ยังไม่โดดเด่นหรือมีชื่อเสียงมากนัก

2.3 ศักยภาพของอุปทานการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวตำบลท่าช้าง จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบจุดแข็งและจุดอ่อนภายใน รวมถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายนอก	1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย 2. ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกล 3. รูปแบบการเดินทางที่หลากหลายเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยว 4. นักท่องเที่ยวหมู่คณะมีการนัดหมายล่วงหน้าเพื่อเตรียมบริการ	1. กิจกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นครั้งคราว 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลาย นักท่องเที่ยวอยู่ไม่นาน 3. สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครบ นักท่องเที่ยวอยู่ได้ไม่นาน 4. บางแหล่งท่องเที่ยวมีข้อจำกัดการเดินทางเข้าถึง 5. ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อออนไลน์น้อย 6. นักท่องเที่ยวทั่วไปในท้องถิ่นมักไม่สนใจผลิตภัณฑ์ชุมชน 7. บริการแพคเกจท่องเที่ยวและอาหารต้องจองล่วงหน้า 8. สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวยังไม่มาก
โอกาส (O) 1. ภาครัฐสนับสนุนการจัดตั้งอุทยานธรณีโคราช 2. นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนและท่องเที่ยวโดยรถไฟมากขึ้น 3. สถาบันการศึกษามีการจัดศึกษาดูงานต่อเนื่อง 4. ภาครัฐกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ	กลยุทธ์ SO – กลยุทธ์เชิงรุก - รูปแบบการเดินทางที่หลากหลายและที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชุมชนและท่องเที่ยวโดยรถไฟ	กลยุทธ์ WO – กลยุทธ์เชิงแก้ไข - การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสู่สถาบันการศึกษา และผ่านสื่อสังคม - รูปแบบกิจกรรมการให้ข้อมูลความรู้หลากหลายเพิ่มเติม
อุปสรรค (T) 1. ลำน้ำมูลแห้งในฤดูแล้ง 2. สะพานดำอยู่ในพื้นที่การรถไฟ 3. เศรษฐกิจตกต่ำประชาชนระงับการใช้จ่าย	กลยุทธ์ ST – กลยุทธ์เชิงรับ - รูปแบบการเดินทางที่หลากหลายทดแทนการล่องเรือช่วงฤดูแล้ง	กลยุทธ์ WT – กลยุทธ์เชิงป้องกัน - จัดกิจกรรมทำผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

จากศักยภาพดังกล่าวสามารถกำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง โดยการเชื่อมโยงโซ่อุปทานได้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

2.3.1 กลยุทธ์เชิงรุก จากจุดแข็งและโอกาส นำมาสู่การกำหนดกิจกรรมการเดินทางที่หลากหลายเพื่อเพิ่มประสบการณ์ท่องเที่ยว ในรูปแบบแพ็คเกจได้

2.3.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข จากจุดอ่อนและโอกาส ควรเน้นประชาสัมพันธ์แพ็คเกจการท่องเที่ยวไปสู่องค์กร และผ่านสื่อสังคมให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรับรู้ รวมถึงเพิ่มกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพิ่มประสบการณ์ท่องเที่ยว

2.3.3 กลยุทธ์เชิงรับ จากจุดแข็งและอุปสรรค โดยเพิ่มกิจกรรมการเดินทางหลายรูปแบบเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รองรับกรณีจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยการล่องเรือไม่ได้ในฤดูแล้ง

2.3.4 กลยุทธ์ป้องกัน จากจุดอ่อนและอุปสรรค โดยเพิ่มกิจกรรมสาธิตสินค้าชุมชนป้องกันจุดด้อยที่กิจกรรมท่องเที่ยวดึงดูดเป็นบางครั้ง และข้อจำกัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง

3. แนวทางเชื่อมโยงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวท่าช้าง

จากศักยภาพและกลยุทธ์สามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยสร้างการเชื่อมโยงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวต้นน้ำและปลายน้ำ ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ดังนี้

3.1 กิจกรรม “นั่งรถไฟ ไปท่าช้าง” สำหรับกลยุทธ์เชิงรุกและเชิงรับ เน้นเชื่อมโยงปลายน้ำ โดยมีแพ็คเกจท่องเที่ยวโดยรถไฟในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เส้นทางจากสถานีรถไฟนครราชสีมาถึงสถานีรถไฟท่าช้าง จากนั้นเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ท่าช้างด้วยรถยนต์หรือเรือรับจ้างในท้องถิ่น เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยรูปแบบการเดินทางที่หลากหลาย เพิ่มประสบการณ์ที่สนุกแปลกใหม่

3.2 กิจกรรม “รู้หรือไม่ ท่าช้างมีอะไรน่าสนใจ” สำหรับกลยุทธ์เชิงแก้ไข เน้นเชื่อมโยงโซ่อุปทานต้นน้ำและปลายน้ำ โดยประชาสัมพันธ์ 2 ช่องทาง คือ 1) จัดหมายแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มองค์กร เช่น สถาบันการศึกษาทั้งรัฐและเอกชนในจังหวัด และ 2) สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวในตำบลท่าช้างให้มากขึ้น

3.3 กิจกรรม “น้องน้อย คอยเล่าเรื่อง” เป็นกลยุทธ์เชิงแก้ไข เน้นเชื่อมโยงต้นน้ำ สร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนานขึ้น โดยจัดให้มีเยาวชนนักเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยว และมีกลุ่มอาชีพให้บริการจำหน่ายอาหารเครื่องดื่มท้องถิ่นไว้บริการ

3.4 กิจกรรม “ของขวัญ ของฝาก ของใช้ ของเรา” สำหรับกลยุทธ์เชิงป้องกัน เน้นเชื่อมโยงต้นน้ำ โดยจัดกิจกรรมสาธิตและทดลองผลิตสินค้าชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ร่วมกันของสมาชิกในโซ่อุปทานร่วมกับภาคีเครือข่ายภาครัฐ และเอกชนในท้องถิ่น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเกิดข้อค้นพบสำคัญสอดคล้องกับแนวคิดวิสาหกิจชุมชนและการท่องเที่ยวโดยชุมชน และโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังนี้

พัฒนาการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง จากช่วงเริ่มต้นจัดตั้งกลุ่มโดยคนในชุมชนจนถึงปัจจุบันเป็นช่วงดำเนินการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับภาคี ดังเช่น การกำหนดกลยุทธ์ซึ่งเป็นแนวทางการเชื่อมโยงโซ่อุปทานที่เกิดจากการระดมสมองในการศึกษารั้งนี้ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะและนักท่องเที่ยวทั่วไป สอดคล้องกับ Nair & Hamzah (2015) ที่ระบุกระบวนการสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แบ่งเป็น 2 ช่วง โดยช่วงที่ 1 คือ 1) ระบุความต้องการความพร้อมชุมชน 2) ศึกษาและเตรียมชุมชน 3) จัดตั้งผู้นำและ

ตัวแทนชุมชน และ 4) เตรียมและพัฒนางานองค์กรชุมชน และช่วงที่ 2 คือ 5) พัฒนาพันธมิตร 6) เลือกและบูรณาการกระบวนการ 7) วางแผนและออกแบบสินค้าคุณภาพ 8) กำหนดความต้องการและพัฒนากลยุทธ์การตลาด และ 9) ปฏิบัติและติดตามการดำเนินงาน ความสอดคล้องนี้สนับสนุนแนวทางดังกล่าวเป็นต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ต่อไป

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทำช้างมู่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมจัดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้คนในชุมชน สอดคล้องกับ ทิพย์สุตา พุฒจรรยา และคณะ (2556) ที่นำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสลักคอกบนพื้นที่เกาะช้างใต้ จังหวัดตราด ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า คือ แนวคิดการจัดการท่องเที่ยว ผู้นำ สมาชิก และทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) กระบวนการ คือ การบริหารจัดการ การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว การจัดการผลประโยชน์และการเรียนรู้ การเชื่อมโยงสู่ชุมชน และการจัดการเครือข่ายความร่วมมือ และ 3) ผลลัพธ์สู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ สุดถนอม ต้นเจริญ (2560) ที่ระบุว่า ศักยภาพด้านองค์กรชุมชน ระบบสังคมที่เข้าใจกัน ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ และการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีการรับรู้และเรียนรู้การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเรื่องการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากที่สุด จากการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม

ศักยภาพโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตำบลท่าช้าง จำแนกต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำด้วยบทบาทสมาชิกตามแนวคิดของ Pizam (2009) อ้างถึงใน ชิตพงษ์ อัยสานนท์ (2558) โดย 1) ต้นน้ำ คือ กลุ่มอาชีพ ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านท่องเที่ยว 2) กลางน้ำ คือ ผู้ดำเนินการเชื่อมโยงต้นน้ำและปลายน้ำ และ 3) ปลายน้ำ คือ ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ดำเนินกิจกรรมเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว รูปแบบนี้สอดคล้องกับ มนทิรา สังข์ทอง ธนภุต ยอดอุดม และวิศ คำหาญพล (2560) ที่ระบุว่า โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโหมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ คือ ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ อาหาร ผลิตภัณฑ์และแพคเกจ ในขณะที่แตกต่างกัน จิรนนท์ เจริญชัย ปัญญา หมั่นเก็บ และณัฐพศุทธิ์ ภัทธีราสินศิริ (2561) ที่นำเสนอ โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง โดย 1) ต้นน้ำ คือ ทรัพยากรอาหารเครื่องดื่ม เครื่องมืออุปกรณ์ งานฝีมือท้องถิ่น น้ำและพลังงาน 2) กลางน้ำ คือ ที่พัก การเดินทางและตัวแทนจัดการเดินทาง และ 3) ปลายน้ำ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ข้อแตกต่างนี้สะท้อนถึงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสามารถจำแนกด้วยมุมมองเชิงระบบ โดยทรัพยากรปัจจัยนำเข้าเป็นต้นน้ำ กระบวนการบริหารจัดการเป็นกลางน้ำ และผลผลิตผลลัพธ์เป็นปลายน้ำ

ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ซึ่งพื้นที่ตำบลท่าช้างมีจุดอ่อนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนัก ถึงแม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งข้อสรุปนี้ สนับสนุนโดย วิชสุตา ร้อยพิลา และปรีดา ไชยา (2558) ที่พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก ความเป็นมิตรไมตรี และสิ่งดึงดูดใจเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลักที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ มากกว่าองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาครั้งนี้นำเสนอกลยุทธ์ซึ่งเป็นแนวทางการเชื่อมโยงโซ่อุปทานจากพื้นฐานด้านอุปทานเป็นหลัก ในขณะที่การศึกษาของ กรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) นำเสนอการสร้างเชื่อมโยงโซ่อุปทานพื้นที่ภาคเหนือตอนบนตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ภายใต้พฤติกรรม

ท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อมโยงโดยมุ่งเน้นจากอุปสงค์ ทั้งนี้ สะท้อนถึงการพัฒนาโซ่อุปทานสามารถพัฒนาได้ทั้งจากด้านอุปทาน และ/หรืออุปสงค์ ซึ่งต้องพิจารณาตามบริบทการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษานี้ได้นำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวท่าช้าง โดยการเชื่อมโยงโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และเกิดการพัฒนาองค์ความรู้แก่วิสาหกิจชุมชน บนพื้นฐานสภาพปัจจุบันและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในอนาคตย่อมส่งผลกระทบต่อปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ดังนั้น แนวทางที่นำเสนอควรมีการทบทวนและวิเคราะห์ศักยภาพอยู่เสมอและต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้มุ่งเน้นการเชื่อมโยงโซ่อุปทานด้านอุปทานเป็นหลัก ซึ่งยังสามารถพัฒนาศึกษาต่อยอดด้านอุปสงค์ (Demand-side) เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น อีกทั้งการศึกษานี้ยังอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จึงเป็นโอกาสให้นำผลการศึกษาไปขยายผลไปสู่การวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่นในวงกว้างต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2558). การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานคณะกรรมการกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคอีสาน : นครราชสีมา. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิรนนท์ เข็มขันธุ์, ปัญญา หมั่นเก็บ และณัฐพศุทธิ์ ภัทธีราสินศิริ. (2561). การจัดการโซ่อุปทานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง. วารสารสมาคมนักวิจัย, 23(3), 98-110.
- จิตพงษ์ อัยสานนท์. (2558). มอรรบทิศคิตอย่าง Supply Chain Logistics and Supply Chain Management ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2563, จาก <http://www.thailandindustry.com/onlineview2.php?id=66§ion=5&issues=3>
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการการท่องเที่ยว นานาชาติ, 13(2), 25-46.
- ทิพย์สุดา พุฒจรัส และคณะ. (2556). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 5(2), 102-117.
- มนทิรา สังข์ทอง, ธนภฤต ยอดอุดม, และวิศ คำหาญพล. (2560). โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโสมสเคย์. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 12, หน้า 1169-1177. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- วรรณา ศิลปอาษา. (2545). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. เอกสาร
การสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว: Tourism resource management
(หน่วยที่ 1). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิษสุตา ร้อยพิลา และปรีดา ไชยา. (2558). องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ใน
พระบรมราชูปถัมภ์**, 10(3), 197-211.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2560). **วิสาหกิจชุมชนน่ารู้**. สืบค้นเมื่อ
20 กันยายน 2560, จาก <http://www.sceb.doe.go.th/Ssceb2.htm>.
- สำนักงานอุทยานธรณีโคราช. (2563). **แหล่งท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก
<https://www.khoratgeopark.com/Content.aspx?type=travelgeo>.
- สุจิตา ศรีไชยวาน และขวัญมกล ดอนขวา. (2556). ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร**,
7(1), 36-47.
- สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 36(6), 192-202.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561).
แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยชุมชน เพื่อชุมชน. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562,
จาก <http://www.dasta.or.th/th/component/k2/item/4196-3c-concept>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง. (2563ก). **ประวัติความเป็นมา**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563,
จาก <http://www.tachangkorat.go.th/info.php?cg=2&ct=1>.
- _____. (2563ข). **แหล่งท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก
<http://www.tachangkorat.go.th/info.php?cg=2&ct=13>.
- อิสริยา เลหาดีรานนท์. (2552). **ทรัพยากรการท่องเที่ยว (๑๔ เมษายน ๒๕๕๒)**. สืบค้นเมื่อ 20
มีนาคม 2562, จาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=ทรัพยากรการท่องเที่ยว-๑>.
- Dickman, S. (1997). **Tourism: An Introductory Text**. 3rd ed., Australia: Hodder
Education.
- Guo, X., and He, L. (2012). Tourism Supply-Chain Coordination: The Cooperation
between Tourism Hotel and Tour Operator. **Tourism Economics**, 18(6),
1361–1376.
- Mentzer, J.T. (2001). **Supply Chain Management**. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Nair, V. and Hamzah, A. (2015). Successful community-based tourism approaches for
rural destinations: The Asia Pacific experience. **Worldwide Hospitality and
Tourism Themes**, 7(5), 429-439.

การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ของชุมชนบ้านผาตูป อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
PARTICIPATORY MANAGEMENT IN BAMBOO RESOURCES AT BAN PHATUM
AMPHUR MUANG, NAN PROVINCE

ภก วุฒิสวัสดิ์¹ และ ธาณินทร์ คงศิลา¹

¹สาขาวิชาเกษตรเขตร้อน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Pok Wudthisawas¹ And Tanin Kongsila¹

¹Tropical Agriculture Program, Kasetsart University

(Received: March 14, 2021; Revised: September 17, 2021; Accepted: October 14, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ของชุมชนบ้านผาตูป อำเภอเมือง จังหวัดน่านเป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Method) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชนบ้านผาตูป อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ในมิติด้านต่าง ๆ และ 2) วิเคราะห์องค์ประกอบรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทรัพยากรป่าไผ่โดยคนในชุมชนซึ่งเป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่ใช้ร่วมกันในป่าชุมชนมาอย่างยาวนานโดยทำการออกแบบสอบถามประชาชนบ้านผาตูปจำนวน 143 ครั้วเรือนจำนวนครั้วเรือนละ 1 คน และทำการสัมภาษณ์ประชาชนที่อาศัยในชุมชนข้างเคียงที่มีอาณาเขตโดยรอบติดกับชุมชนบ้านผาตูป จำนวน 80 ครั้วเรือน รวมถึงการจัดเวทีสัมมนาเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไผ่เจ้าหน้าที่ในส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ และผู้รู้ (Key Informants) รวมจำนวน 13 คน

ผลการวิจัย พบว่า บริบทในเชิงกายภาพรวมถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรของชุมชนบ้านผาตูปที่มีอิทธิพลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ ยังมีองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิก ความเห็นชอบของประชาชนในแนวทางการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ร่วมกัน ร้อยละ 100.00 สิ่งที่มีอยู่เหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพต่อการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ของชุมชนผ่านกิจกรรมกลุ่มเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ ป้องกัน และการฟื้นฟู ซึ่งทำให้เกิดแนวทางการจัดการทรัพยากรป่าไผ่อย่างมีส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสมภายใต้บริบทของชุมชน

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, การจัดการ, ทรัพยากรป่าไผ่

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the context of Ban Phatub Amphur Muang Nan in each dimension and 2) analyze the factors influencing on participatory management in bamboo resources. This research was determined with 143 questionnaires (1 person per household) which were representatives for the overall households at Ban Phatub and 80 villagers who dwell surrounding the national park of Ban Phatub. The in-depth interview method was designed for 13 key informants and the focus group.

The result found that the context of situation on the plentiful in the geographical and physical were demonstrated of Ban Phatub in community moreover the other factors play the important role on local development as leader, member group. In term of participation, the percentage of the opinion decision making was 100.00 % for the operation in the bamboo resources management. The existence of resources were the mechanism for activities in conservation, protection and restoration. Therefore, the scheme was determined along with the context of community according to the guideline for rural development.

Keywords: Participation, Management, Bamboo Resources

บทนำ

จากการบุกรุกทำลายป่าซึ่งเกิดขึ้นมาอย่างยาวนานจนกลายเป็นปัญหาระดับประเทศทำให้บางพื้นที่ป่าเป็นป่าเสื่อมโทรม รวมถึงการเข้ามาใช้ทรัพยากรป่าไผ่ในป่า ซึ่งหน่อและลำไผ่ถูกนำไปใช้อย่างไม่มีระบบ (ศศิน เฉลิมลาภ, 2557) ทำให้เกิดผลกระทบในหลายด้านจากปัญหาระดับท้องถิ่นซึ่งเกิดขึ้นในหลายชุมชนที่มีป่าเป็นแหล่งพึ่งพิงและไม้ไผ่เป็นทรัพยากรที่เริ่มหายากขึ้นจนในที่สุดเกิดการคุ้มครอง ป้องกันไม้ไผ่ตามกฎหมาย พระราชบัญญัติคุ้มครองป่าเพื่อป้องกัน สงวน อนุรักษ์ รวมถึงได้ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการป่าของตนเองและนโยบายกระจายไปสู่ส่วนปกครองท้องถิ่น ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 รวมถึงพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเรื่องการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม พบว่าการบริหารจัดการท้องถิ่นซึ่งรัฐมีการส่งเสริมโดยสนับสนุนมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการสงวน รักษาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพในหลาย ๆ พื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ ท้องถิ่น และภาคประชาชน เสริมสร้างความร่วมมือกันผลักดันนโยบายที่ให้ความสำคัญในด้านการจัดการทรัพยากรรวมถึงสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องไปสู่ความยั่งยืนในที่สุด (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8, 2539) จังหวัดน่านเป็นพื้นที่ต้นน้ำยังคงมีสภาพป่าไผ่กระจายอยู่มากประชาชนมีการดำรงชีวิตผูกพันกับไผ่เป็นเวลานานกว่า 300 ปี ต่อมากรมป่าไม้ได้มีประกาศเขตวนอุทยานแห่งแรกของจังหวัดน่านและเป็นผืนป่าที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองซึ่งเหลืออยู่เพียงแห่งเดียวของพื้นที่ตำบลผาสิงห์ โดยในปี พ.ศ. 2521 ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 521 ไร่ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ หมู่ที่ 7 บ้านผาตูป ตำบลผาสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน (สำนักงานวนอุทยานถ้ำผาตูป, 2562) ปัจจุบันชุมชนได้มีการขยายตัวในด้านต่าง ๆ จนตำบลผาสิงห์มีความเจริญเป็นชุมชนเมือง และส่งผลทำให้สภาพพื้นที่ป่าไผ่รวมถึงลักษณะการนำไปใช้ของชุมชนบ้านผาตูปเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย อีกทั้ง ความเจริญยังส่งผลกระทบต่อวิถีในการดำรงอยู่ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมรวมถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากชุมชนขาดการเตรียมความพร้อมรับมือ และไม่มีการวางแผนในอนาคต โดยเฉพาะในเรื่องการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ที่มีพื้นที่เหลืออยู่กลางชุมชนเมืองของจังหวัดน่าน ดังจะเห็นว่า การศึกษาการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ของบ้านผาตูป อำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำเป็นต้องอาศัยคนในชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาเนื่องจากคนในชุมชนเป็นผู้อาศัยในพื้นที่และเป็นผู้มีอิทธิพลที่จะผลักดันให้เกิดแนวทางที่เหมาะสมต่อการ

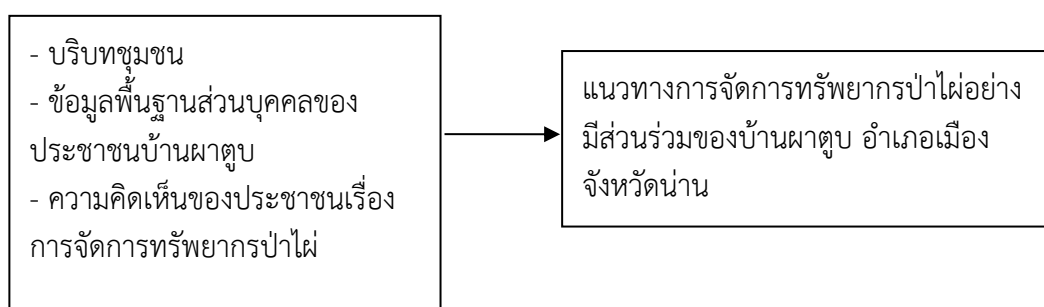
จัดการทรัพยากรป่าไฟได้ดีที่สุด ซึ่งสิ่งสำคัญ คือ การที่ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีผู้นำและสมาชิกในชุมชนกระตือรือร้นโดยเฉพาะชุมชนบ้านผาตูบ หมู่ที่ 7 ที่ให้ความร่วมมือและพร้อมที่จะลงมือปฏิบัติด้วยตนเองย่อมจะเสริมสร้างชุมชนให้มุ่งไปสู่กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ดังจะเห็นว่าการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น Ostrom (1997) กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรป่าสอดคล้องกับบริบทชุมชนในแต่ละภูมิภาคควรจะมีการจัดการอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพร่วมกัน ดังนั้นหากชุมชนมีการจัดการทรัพยากรป่าไฟอย่างมีส่วนร่วมและเหมาะสมเชื่อว่าจะเกิดการนำไปสู่ความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนของบ้านผาตูบ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อการจัดการทรัพยากรป่าไฟโดยคนในชุมชนบ้านผาตูบ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไฟของชุมชนบ้านผาตูบ อำเภอเมือง จังหวัดน่านเป็นการผสมผสาน (Mixed method) เป็นการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพ (Quality Research) และเชิงปริมาณ (Quantity Research) มีกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยใช้วิธีแบบผสม (Mixed Method) มีการศึกษาทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมผ่านเทคนิค AIC เพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมของประชาชน ใน 3 ขั้นตอน คือ การสร้างความรู้ (Appreciation) การสร้างแนวทางการพัฒนา (Influence) และ ขั้นตอนแนวทางปฏิบัติ (Control)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนบ้านผาตูบทั้งหมดจำนวน 143 ครัวเรือน เพื่อเพิ่มความแม่นยำให้แก่ข้อมูล จึงสัมภาษณ์ประชาชนที่อาศัยโดยรอบชุมชนบ้านผาตูบ จำนวน 80 ราย และสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนผู้นำกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไฟ ผู้รู้ รวมถึงเจ้าหน้าที่ส่วนท้องถิ่นและภาคส่วนต่าง ๆ จำนวน 13 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้ทำการออกแบบสอบถามของกลุ่มประชาชน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของประชาชนบ้านผาตูบ และสภาพความเป็นอยู่และวิถีวัฒนธรรม รวมถึงองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ของชุมชน มีการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อทราบถึงปัญหาป่าไม้ ความเป็นมาของป่าไม้ในป่าชุมชน กฎหมายระเบียบการเข้าใช้สอยป่าไม้ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ตอน มีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 บริบทชุมชน ป่าไม้ ของบ้านผาตูบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนของบ้านผาตูบ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรป่าไม้

แบบสอบถามได้ทำการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด โดยใช้การทดสอบค่า Cronbach's Coefficient เท่ากับ 0.80 ส่วนของแบบสัมภาษณ์ได้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่า IOC ระหว่าง 0.65 - 1.00 โดยทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 10 ชุด เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของข้อคำถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมพร้อมผู้ช่วยวิจัยจำนวน 3 ราย โดยเก็บรวบรวมประชาชนบ้านผาตูบ หมู่ที่ 7 มีจำนวน 143 ครัวเรือนและประชาชนที่อาศัยโดยรอบชุมชนจำนวน 80 ราย ในช่วงเดือนสิงหาคม 2561 - มกราคม 2562

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปบริบทชุมชน ป่าไม้โดยข้อมูลเชิงพรรณนาและข้อมูลองค์ประกอบของชุมชนที่เป็นปัจจัยต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการเสวนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลให้ได้แนวทางการจัดการทรัพยากรป่าไม้อย่างมีส่วนร่วม และจัดทำการวิพากษ์แก่ชุมชน

ผลการวิจัย

1. บริบทชุมชน ป่าไม้ ของบ้านผาตูบ

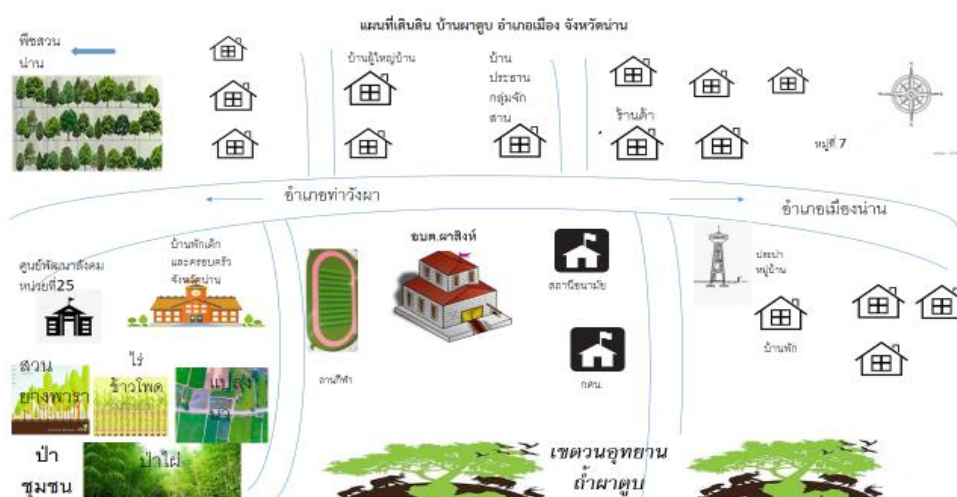
ที่ตั้งและอาณาเขต

ที่ตั้งตำบลผาสิงห์ หมู่ที่ 7 มีพิกัดที่ 683103 E, 2085619 N บนทิศเหนือ จังหวัดน่าน ห่างจากอำเภอเมืองน่านเป็นระยะทาง 8 กิโลเมตร โดยเป็นที่ตั้งขององค์การบริหารส่วนตำบลผาสิงห์ เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2549 ตำบลผาสิงห์ มีพื้นที่ 87 ตารางกิโลเมตร หรือ 54,375 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่จำนวน 9 หมู่บ้านข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบลผาสิงห์ (สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลผาสิงห์, 2561)

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อบ้านล่อ อำเภอมืองจังหวัดน่าน
ทิศใต้	ติดต่อบ้านเทศบาลเมืองน่านและตำบลไชยสถาน จังหวัดน่าน
ทิศตะวันออก	ติดต่อบ้านล่อ อำเภอมืองจังหวัดน่าน
ทิศตะวันตก	ติดต่อบ้านล่อ อำเภอยะโฮร์ จังหวัดน่าน

จากการศึกษาการจัดการทรัพยากรป่าไม้อย่างมีส่วนร่วมบ้านผาตูป จังหวัดน่าน การศึกษาถึงองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมบริหารจัดการทรัพยากรที่มีการใช้สอยร่วมกันของคนในชุมชน ซึ่งป่าไม้เป็นอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผาตูปที่มีมาอย่างยาวนาน จึงต้องศึกษาข้อมูลในหลากหลายมิติเพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบ ทั้งการศึกษาในส่วนบริบทชุมชนที่แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนที่เดินดินแสดงบริบทชุมชนบ้านผาตูป

จากการสำรวจแผนที่เดินดินดังภาพที่ 2 พื้นที่บ้านผาตูป ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลผาสิงห์ อำเภอมือง จังหวัดน่าน พบว่ามีเขตนอุทยานถ้ำผาตูปตั้งอยู่ในพื้นที่ด้านทิศตะวันตกของชุมชน และชุมชนบ้านผาตูปยังมีพื้นที่ป่าไม้ที่กระจายในป่าชุมชนที่สามารถเข้าไปใช้สอยได้ตามกติกาของหมู่บ้าน อีกทั้งยังมีองค์กรภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตั้งอยู่ศูนย์กลางในท้องที่มีการสนับสนุนชุมชนผ่านกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการจัดตั้งกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้ มีการจัดตั้งกองทุนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มมีการต่อยอดและมีการออมเพื่อช่วยเหลือสมาชิกกลุ่มเมื่อมีความจำเป็นดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การจัดตั้งกลุ่มที่มีส่วนร่วมการจัดการทรัพยากรป่าไผ่

2. องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยมีผลต่อการจัดการทรัพยากรป่าไผ่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยส่งผลต่อการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ของชุมชนบ้านผาตูป แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	68	47.55
- หญิง	75	52.45
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 30 ปี	10	7.00
- 30-39 ปี	16	11.19
- 40-49 ปี	36	25.17
- 50-59 ปี	48	33.57
- 60 ปีขึ้นไป	33	23.07
3. การตั้งถิ่นฐาน ภูมิลำเนา		
- เกิดในหมู่บ้านผาตูป	134	93.71
- หมู่บ้านอื่นในตำบลเดียวกัน	7	4.89
- อำเภออื่นในจังหวัดน่าน	2	1.40

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
- ไม่ได้เรียนหนังสือ	5	3.49
- ประถมศึกษาปีที่ 4	45	31.46
- ประถมศึกษาปีที่ 6	17	11.88
- มัธยมศึกษาตอนต้น/ม.ศ.3	14	9.79
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/มศ.5/ปวช.	36	25.17
- อนุปริญญา/ปวส.	12	8.39
- ปริญญาตรี/สูงกว่า	14	9.79
5. อาชีพหลัก		
- เกษตรกรรม	81	56.64
- ค้าขาย	14	9.79
- รับราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ	11	7.69
- ผู้ค้าผลไม้/ตอก/ผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้ไผ่ จักสาน	25	17.48
- รับจ้างทั่วไป	7	4.89
- อื่น ๆ (ธุรกิจส่วนตัว หาของเก่า หาของป่า)	5	3.49
6. นับถือศาสนา		
- ศาสนาพุทธ	139	97.20
- ศาสนาคริสต์	2	1.40
- อื่น ๆ (ผี, เจ้าแม่, โยเร)	2	1.40
7. ความเชื่อความศรัทธา		
- นับถือเจ้าพ่อผาตูป	71	49.65
- นับถือศาลสิ่งศักดิ์สิทธิ์	61	42.66
- นับถือบรรพบุรุษ	8	5.59
- อื่น ๆ (โป่ง, ไม้ตะเคียนเก่า,จอมปลวก,แหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์)	3	2.09
8. รายได้จากการประกอบอาชีพหลัก (บาท/เดือน)		
- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	23	16.08
- 3,001-5,000 บาท	20	13.98
- 5,001-7,000 บาท	24	16.78
- 7,001-9,000 บาท	28	19.58
- 9,001-12,000 บาท	24	16.78
- 12,000 บาทขึ้นไป	24	16.78

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. รายได้จากการจำหน่าย ลำไยและการแปรรูปไม้ไผ่ (บาทต่อปี)		
- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	70	48.95
- 3,001-5,000 บาท	50	34.97
- 50001-7,000 บาท	10	6.99
- 7,001-9,000 บาท	7	4.89
- 9,001- 12,000 บาทขึ้นไป	6	4.19
10. สภาพการถือครองที่ดิน		
- เช่า	8	5.60
- มีที่ดินของตนเอง	123	86.00
- ไม่มีการถือครองที่ดิน	12	8.40
11. สมาชิกของกลุ่มทางสังคม		
- กองทุนหมู่บ้าน	46	32.17
- คณะกรรมการป่าชุมชน	17	11.89
- ประชาคมหมู่บ้าน	10	7.00
- อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน	7	4.90
- กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ป่าไผ่	18	12.58
- กลุ่มส่งเสริมอาชีพ	32	22.37
- อื่น ๆ (ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มใด ๆ)	13	9.09
รวม	143	100.00

จากตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ทำให้ทราบภูมิหลังของคนในชุมชนบ้านผาตูบในเบื้องต้น ความเป็นอยู่เดิมของคนในชุมชนบ้านผาตูบ รวมถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเชื่อความศรัทธา สภาพภาพทางสังคม สามารถนำมาวิเคราะห์ห่องค์ประกอบโครงสร้างพื้นฐานที่มีในชุมชนบ้านผาตูบศักยภาพที่มีในชุมชนและทรัพยากรหลักที่มีส่วนต่อการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ คือ ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ในชุมชน ที่สามารถเป็นตัวขับเคลื่อนกลไกด้านต่าง ๆ ที่เป็นทุนทางสังคมและความเข้มแข็งที่เป็นรากฐานให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้เกิดความสมดุลซึ่งรวมไปถึงประเพณีและวัฒนธรรมที่มีของชุมชนที่เป็นมิติที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังนั้น การจัดการทรัพยากรป่าไผ่อย่างมีส่วนร่วมบ้านผาตูบ จังหวัดน่าน จึงมีการศึกษาและพิจารณาถึงองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยทั้งภายในชุมชนที่จะมีผลต่อการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ให้เกิดประสิทธิภาพ รวมถึงพิจารณาองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่หลากหลายซึ่งสามารถนำประเด็นที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ให้เกิดแนวทางการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ให้เกิดการครอบคลุมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชนได้มากที่สุด

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรป่าไม้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรป่าไม้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. มีการรวมกลุ่มในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ของชุมชน - เห็นด้วย	143	100.00
2. ศูนย์รวมของชุมชนบ้านผาตูบให้ความรู้และมีส่วนร่วมต่อวิถีชีวิต - วัดผาตูบ	43	30.10
- ถ้ำผาตูบ	41	28.70
- ป่าไผ่, ป่าไม้	59	41.20
3. การใช้ประโยชน์ใดบ้างจากป่าชุมชน - ตัดไม้ไผ่	34	23.77
- หาหน่อไม้	57	39.86
- หาเห็ด	9	6.30
- หาของป่า เห็ด ผักกูด แมลง	33	23.07
- สันทนาการ ตั้งแคมป์ (อื่น ๆ)	10	7.00
4. ทราบระเบียบกติกาการเข้าไปใช้ป่าชุมชน หรือไม่ - ทราบ	130	90.90
- ไม่ทราบ	13	9.10
5. กิจกรรมที่มีส่วนในการอนุรักษ์ ป่าชุมชนบ้านผาตูบ - ปลุกป่าทดแทน	43	30.10
- ปิดป่า	19	13.30
- ทำฝายชะลอน้ำ	18	12.60
- ลด เลิกการเผาป่า	52	36.40
- ลาดตระเวนป่า	11	7.60
6. ระดับการจัดการทรัพยากรป่าไม้ในชุมชนบ้านผาตูบมีผลต่อชาวบ้าน - มาก	130	90.90
- ปานกลาง	13	9.10

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรป่าไม้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. องค์ความรู้เรื่องไฟ		
- ประเภท ชนิดไฟ การนำไปใช้ประโยชน์	39	27.30
- การปลูก การดูแลรักษาไฟ	14	9.80
- การเลือกหน่อไฟ การสางลำไฟ	43	30.00
- การใช้เทคนิคการตอนกิ่งไฟเพื่อขยายพันธุ์	14	9.80
- การจัดการทรัพยากรป่าไม้	28	19.60
- ด้านป้องกัน บุกรุก ทำลายป่าไฟ	5	3.50
8. กิจกรรมที่มีส่วนในการอนุรักษ์ พันธุ์ ป่าชุมชนบ้านผาตูบ		
- ปลูกป่าทดแทน	43	30.10
- ปิดป่า	19	13.30
- ทำฝายชะลอน้ำ	18	12.60
- ลด เลิกการเผาป่า	52	36.40
- ลาดตระเวนป่า	11	7.60
9. ระดับการจัดการทรัพยากรป่าไม้ในชุมชนบ้านผาตูบมีผลต่อชาวบ้าน		
- มาก	130	90.90
- ปานกลาง	13	9.10
10. องค์ความรู้เรื่องไฟ		
- ประเภท ชนิดไฟ การนำไปใช้ประโยชน์	39	27.30
- การปลูก การดูแลรักษาไฟ	14	9.80
- การเลือกหน่อไฟ การสางลำไฟ	43	30.00
- การใช้เทคนิคการตอนกิ่งไฟเพื่อขยายพันธุ์	14	9.80
- การจัดการทรัพยากรป่าไม้	28	19.60
- ด้านป้องกัน บุกรุก ทำลายป่าไฟ	5	3.50
รวม	143	100

จากตารางที่ 2 เป็นผลความคิดเห็นของชุมชนต่อการจัดการทรัพยากรป่าไม้สามารถวิเคราะห์แนวโน้มที่จะเป็นแนวทางความต้องการของชุมชนในการจัดการและสามารถบริหารทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมในทิศทางใดที่จะเหมาะสมผ่านความเห็นอันเป็นมิตรร่วมกันของคนในชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่สามารถร่วมกันวางแผนและร่วมดำเนินการเริ่มจากการแสดงความเห็นในการรวมกลุ่มที่จะจัดการทรัพยากรป่าไม้ของชุมชนที่ประชาชนทั้งหมดมีความเต็มใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ร่วมกัน และยังตระหนักถึงและมีความเข้าใจว่าทรัพยากรป่าไม้มีผลต่อวิถี

ชีวิตและความเป็นอยู่ ร้อยละ 41.20 มีการเข้าไปหาหน่อไม้มากที่สุดร้อยละ 39.86 นอกจากนั้นประชาชนได้มีการ ตัดลำไผ่ หาของป่า เข้าไปเพื่อการสันถนาการ และการหาฟืนเพื่อทำเชื้อเพลิงตามลำดับ ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจกติกาการเข้าใช้ป่าชุมชนมากถึงร้อยละ 90.90 กิจกรรมที่ประชาชนคิดว่าพวกเขาจะช่วยอนุรักษ์ ฟืนฟูป่าไผ่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.10 คือ การลด ละเลิกการเผา และถัดมาประชาชนร้อยละ 36.40 มีความเห็นว่าการปลูกป่าทดแทนจะมีส่วนช่วยฟื้นฟูป่าไผ่ของชุมชน รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การปิดป่า การสร้างฝายชะลอน้ำ รวมถึงการร่วมลาดตระเวนป่าอีกด้วย ประชาชนเห็นว่ารูปแบบการจัดการทรัพยากรป่าไผ่มีผลต่อชุมชน ร้อยละ 90.90 ซึ่งองค์ความรู้ที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเลือกหน่อไผ่และการสาธิตล่า ร้อยละ 30.00 และมีความรู้เรื่องประเภท ชนิดไผ่ การนำไปใช้ประโยชน์ การจัดการทรัพยากรป่าไผ่ การปลูกการดูแลรักษาไผ่การใช้เทคนิคการตอนกิ่งไผ่เพื่อขยายพันธุ์ รวมถึง องค์ความรู้เรื่องการป้องกันการบุกรุก การทำลายป่าไผ่ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการป่าไผ่

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการป่าไผ่	กิจกรรม	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.การมีส่วนร่วมการวางแผน	ในเวทีชุมชนเพื่อร่วมเสนอความคิดเห็นทรัพยากรป่าไผ่ต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนบ้านผาตูบ	70.60	4.71	0.45
2. การมีส่วนร่วมตัดสินใจ	ร่วมพิจารณาการแบ่งขอบเขตป่าไผ่แต่ละหมู่บ้าน	100.00	5.00	0.00
3.การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	ร่วมเข้ารับการฝึกอบรม ทำกิจกรรมในเรื่องการจัดการทรัพยากรป่าไผ่	82.50	4.83	0.38
4.การมีส่วนรับผลประโยชน์	ร่วมใช้ประโยชน์จากผลผลิตป่าไผ่ในชุมชนของหมู่บ้าน ได้แก่ หน่อไม้ ลำไผ่	89.50	4.90	0.30
5. การมีส่วนร่วมการติดตามประเมินผล	ร่วมตรวจสอบการเข้าไปเก็บหน่อไม้และใช้ลำไผ่ในป่าชุมชน	63.60	4.64	0.48

จากตารางที่ 3 แสดงถึงระดับการมีส่วนร่วมการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ใน 5 ระดับ เพื่อแสดงถึงการเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมการวางแผน ซึ่งประชาชนจะมีส่วนในเวทีชุมชนเพื่อร่วมวางแผนการจัดการทรัพยากรป่าไผ่ที่มีผลต่อมิติแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 70.60 การมีส่วนร่วมตัดสินใจ ประชาชนทั้งหมด

ร่วมพิจารณาการแบ่งขอบเขตป่าไร่ ร้อยละ 100.00 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการประชาชนเข้ารับการเข้าอบรมทำกิจกรรมการจัดการทรัพยากรป่าไร่ ร้อยละ 82.50 การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์โดยประชาชนได้เข้าเก็บหน่อไม้ ลำไย ร้อยละ 89.50 และการมีส่วนร่วมการติดตามประเมินผล โดยประชาชนร่วมสอดส่องการเก็บหน่อไม้และเข้าไปตัดลำไยมากที่สุดร้อยละ 63.60

จากการที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไร่ผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการการมีส่วนร่วมซึ่งจะพบว่า กิจกรรมประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมพิจารณาการแบ่งขอบเขตป่าไร่ในป่าชุมชนมากที่สุด เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่พึ่งพาป่าเพื่อดำรงชีพมาอย่างยาวนานเมื่อมีการจัดการป่าชุมชนจึงทำให้ทุกคนรู้เรือนที่อาศัยโดยรอบป่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการกำหนดป่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด กิจกรรมต่อมา คือ ประโยชน์ที่ได้รับจากป่าไร่ร่วมกันได้แก่ การหาหน่อไม้และการเข้าไปตัดลำไยซึ่งชาวบ้านสามารถเข้าไปเพื่อใช้ประกอบอาหารและนำไปจำหน่ายสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน ส่วนกิจกรรมที่ชาวชุมชนบ้านผาตูปได้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนการจัดการทรัพยากรป่าไร่ ในด้านการอนุรักษ์ พันธุ์ รวมถึงกฎกติกาเข้าใช้ป่าไร่ในป่าชุมชน รวมไปถึง กิจกรรมที่มีการจัดเสวนาที่ชุมชนสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นทรัพยากรป่าไร่ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อีกทั้งชุมชนยังมีส่วนในการร่วมตรวจสอบการเข้าใช้หน่อไม้และลำไย โดยร่วมจัดบันทึกการบรรทุกลำไยที่ผ่านเข้า-ออก ป่าชุมชนอีกด้วย

อภิปรายผล

1. จากแนวคิดบริบทชุมชน Randy (2013) ได้กล่าวถึง การวิจัยชุมชนที่จะนำไปสู่กระบวนการมีส่วนร่วมและเพื่อให้ทราบทั้งลักษณะทางภูมิศาสตร์และลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านผาตูปแสดงควมมีอยู่เดิมรวมถึงลักษณะการดำเนินการในรูปแบบที่มีในการจัดการทรัพยากรป่าไร่ของชุมชนสอดคล้องกับการศึกษาของ (วิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์ และธัญญรัตน์ สอนสุภาพ, 2563) ได้ศึกษาการจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของตลาดอ้อมยิ้มโดยศึกษาประวัติของตลาด ที่ตั้ง ผู้ก่อตั้งรูปแบบการจัดการตลาดที่เป็นอยู่โดยอาศัยการมีส่วนร่วมกันของชุมชนและภาคส่วนต่าง ๆ สอดคล้องการศึกษา (สัจจา บรรจงศิริ และคณะ, 2559) ในเรื่องกระบวนการบริหารจัดการน้ำทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมแบบมีส่วนร่วมของพื้นที่องค์กร สถาบันระดับท้องถิ่นและภาคประชาชน เป็นการสอบถามประชาชนที่อาศัยลุ่มน้ำ 11 สาขา ๆ ละ 40 คน รวม 440 คน แสดงผลข้อมูลพื้นฐานด้านต่าง ๆ เป็นสถิติร้อยละ เพื่อให้ทราบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้ลุ่มน้ำ ซึ่งมีผลผสมผสานการมีส่วนร่วมในหลายมิติ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกิดประเด็นองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยแสดงผลเชิงปริมาณ คือ การมีส่วนร่วมระดับน้อยไปจนถึงระดับมากที่สุด Likert (1932)

2. Cohen and Uphoff (1980) ได้นิยาม ของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าสมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกันในการคิดและตัดสินใจซึ่งจะสามารถสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกันและสอดคล้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรป่าไร่อย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับการศึกษา (ศรีประไพ คัมศรีตรา, 2559) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ป่าชุมชน: ศึกษากรณีตำบลช่องสะเดา อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยทุกคนร่วมแสดงความคิดเห็น และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกำหนดวิถีชีวิตของตนเองโดยรัฐให้การสนับสนุนตามความจำเป็น ซึ่งการแสดงความคิดเห็นของการมี

ส่วนร่วมของกลุ่มประชากร บ้านผาตูปเห็นด้วย ร้อยละ 100.00 ที่จะมีการรวมกลุ่มการจัดการทรัพยากรป่าไม้ ทำให้รับรู้ร่วมกันของชุมชนถึงการรวมกลุ่มซึ่งเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่แนวทางการมีส่วนร่วมต่อการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ อีกทั้งทุกคนในชุมชนบ้านผาตูปยังให้ความสำคัญและเห็นว่าวิถีชีวิตของชุมชนเกี่ยวข้องกับป่าและป่าไม้ มากที่สุด ร้อยละ 41.20 ยิ่งทำให้เห็นว่าการจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่มีการใช้สอยร่วมกันในชุมชนจะเกิดประสิทธิภาพได้ต้องอาศัยคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและอนุรักษ์ทั้งทรัพยากรป่าไม้รวมถึงวิถีวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมและยังสอดคล้องการศึกษาของ หทัยชนก วงศ์บุญชา (2563) กล่าวถึง การวิเคราะห์องค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิดหน้าที่ การให้บริการ ประสานงาน และอำนวยความสะดวกให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร

3. องค์ประกอบชุมชนที่เสริมสร้างความร่วมมือภายในชุมชนแล้วยังต้องมีการประสานความร่วมมือของหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ ในการจัดการป่าไม้สอดคล้องกับการศึกษา (วรานันท์ ตันติเวทย์, 2554) ศึกษาการประเมินคุณค่าของโลมาสีชมพูทางเศรษฐศาสตร์และการปรับตัวของประชาชนจากกิจกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริหารจัดการทรัพยากรโลมาสีชมพู และการสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของทรัพยากรโลมาสีชมพู ทั้งนี้การให้ความร่วมมือกับหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนในการจัดทำนโยบายหรือมาตรการต่อบริบทของพื้นที่ เช่นเดียวกับผลการศึกษาความร่วมมือและแสดงความคิดเห็นของประชากรบ้านผาตูปโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด $\mu = 4.50$ ($\sigma = 0.17$) และสอดคล้องกับ (ไพบุลย์ อินตะชน และคณะ, 2563) การพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าอย่าง เป็นระบบ อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับรากฐานที่ทำให้องค์กรเข้มแข็งอย่าง เป็นระบบร่วมกับการสร้างกระบวนการอย่างมีส่วนร่วมโดยประยุกต์การใช้นวัตกรรมร่วมกับอัตลักษณ์ ที่มีของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การจัดการทรัพยากรป่าไม้เป็นการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่น จากข้อมูล การศึกษาด้านบริบทชุมชน และข้อมูลพื้นฐานด้านต่าง ๆ ของชุมชนซึ่งนอกจากการนำมาใช้ในการวางแผนทางต่อการจัดการทรัพยากรป่าไม้ยังสามารถใช้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแปรรูปไม้ เป็นแนวทางการจัดการด้านการตลาดที่สามารถเชื่อมโยงทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมต่อการพัฒนาชุมชนในทุกมิติ

1.2 เนื่องจากป่าไม้เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญและแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนจึงมีผู้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องที่หลากหลาย การศึกษาด้านองค์ประกอบต่อการจัดการทรัพยากรป่าไม้ซึ่งเป็นทุนของชุมชนจึงมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนและยังสามารถใช้กลไกในการเชื่อมโยงให้เกิดเครือข่ายสนับสนุนที่ขยายไปสู่ความร่วมมือในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากชุมชนเป็นแหล่งศูนย์รวมการอนุรักษ์ และความหลากหลายในเรื่องความเชื่อ วิถีวัฒนธรรม และ ประเพณีการขึ้นถ้ำผาตูปประจำปี นอกจากการศึกษาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้วควรที่จะรวมการศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้าไว้ในการศึกษาวิจัยเพื่อครอบคลุมการจัดการทรัพยากรป่าไม้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2.2 การศึกษาการจัดการทรัพยากรป่าไม้เป็นการศึกษาทั้งการบริหารงานในส่วนป่าไม้ และการบริหารงานในส่วนของโครงสร้างกลุ่ม ดังจะเห็นว่า การเชื่อมโยงกลุ่มผ่านกิจกรรมที่สอดคล้องต่อการจัดการทรัพยากรป่าไม้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้นการสร้างพันธมิตรเพื่อให้เกิดเครือข่ายในชุมชนจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการเอื้อประโยชน์ในการจัดการทรัพยากรร่วมกันและการพึ่งพากันในชุมชนโดยรอบ

2.3 การศึกษาในส่วนของการจัดการทรัพยากรป่าไม้ในป่าชุมชนที่ผสมผสานหลักการจัดการป่าไม้ ที่มีการสำรวจระบบนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ ทำการสำรวจป่าเพื่อทำการ Inventory ป่าในแต่ละประเภทซึ่งจะเป็นการศึกษาศาสตร์ในด้านสังคมและวิทยาศาสตร์ร่วมซึ่งเป็นการศึกษาแบบสหวิทยาการควบคู่กันไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก Southeast Asia Regional Center for Graduate Study and Research Agriculture (SEARCA)

เอกสารอ้างอิง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8. (2539). การมีส่วนร่วมการจัดการทรัพยากร

ธรรมชาติของท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี รัฐสภา.

ไพฑูรย์ อินตะขัน, ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์, สุขเกษม ลางกุลเสน, นันทะ บุตรน้อย, กนกพร ศรีวิชัย และฐิติกันต์ สุธะสาร. (2563). การพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บตู้ความเข้มแข็งอย่างเป็นระบบ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2(4). 63-75.

วรานันต์ ตันตเวทย์. (2554). การประเมินมูลค่าโลมาสีชมพูทางเศรษฐศาสตร์และการปรับตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภอหนอง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิโรจน์ เกษภูลักษณะ และธัญญา รัตน์สอนสุภาพ. (2563). การจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนตลาดอมยิ้ม.วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2(6). 33-44.

ศรีประไพ คุ่มศรีตรา. (2559). ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ป่าชุมชน: ศึกษากรณีตำบลช่องสะเดา อำเภอเมืองกาญจนบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 1(3). 59-68.

ศศิณ เณิมลาภ. (2557). ความหลากหลายทางชีวภาพสู่แนวทางการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในประเทศไทย . กรุงเทพฯ: มูลนิธิสืบนาเคเสถียร.

- สัจจา บรรจงศิริ. (2561). แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบมีส่วนร่วมของภาคประชาชน: กรณีศึกษาพื้นที่ลุ่มน้ำน่าน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานวนอุทยานถ้ำผาตูบ. (2562). ข้อมูลวนอุทยานถ้ำผาตูบ จังหวัดน่าน. กรุงเทพฯ: กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลผาสิงห์. (2562). ข้อมูลตำบลผาสิงห์. น่าน: องค์การบริหารส่วนตำบลผาสิงห์.
- หทัยชนก วงศ์บุญชา. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยที่ส่งผลต่อความพอใจการจัดการเรียนรู้ในหลักสูตรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. วารสารวิทยาการจัดการ.มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2(6). 105-117.
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1980). *Seeking clarity through specificity*. New York: World Developments.
- Likert, R. A. (1932). Technique for the Measurement of Attitude. *Archives Psychological*, 3(1), 42-48.
- Ostrom, E. (1997). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. United Kingdom: Cambridge University.
- Randy, S. (2013). *The Community Development Context of Research*. London: Sage Publications,.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง
CAUSAL FACTORS INFLUENCING INTENTION TOURISM BEHAVIOR
OF THE RED LOTUS LAKE, UDON THANI PROVINCE, THAILAND

มานน เชี่ยวประจวบ¹ และ นิสา ศักดิ์ชูวงศ์¹

¹คณะวิทยาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Manon Siaoprachuap¹ and Nisa Sakchuwong¹

¹Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: May 2, 2021; Revised: September 3, 2021; Accepted: October 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่มาเยือนทะเลบัวแดงจำนวน 260 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างตามความแปรปรวนร่วม ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุประกอบไปด้วย ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรส่งผ่านของอิทธิพลทางอ้อมระหว่างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) develop causal factors influencing intention tourism behavior of the Red Lotus and 2) study causal factors influencing intention tourism behavior of the Red Lotus. The sample were 260 tourists who visited The Red Lotus Lake. The multistage probability sampling method was applied. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed by using Covariance-Based Structural Equation Modeling.

The results showed that the causal model of factors consists of destination image directly influencing positive satisfaction and behavioral intention of tourism. The tourist's satisfaction was mediator variable between destination image and behavioral intention.

Keywords: causal factors, destination image, satisfaction, behavioral intention

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.01 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.37 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งสัดส่วนรายได้จากภาคธุรกิจการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีมากกว่า 39 ล้านคนและมีอัตราการเติบโตย้อนหลัง 3 ปี เฉลี่ยมากกว่า 5%ต่อปี นับตั้งแต่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในประเทศไทยตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนัก จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมาก จากข้อมูลเดือนมกราคม - สิงหาคม พ.ศ. 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงไปกว่าร้อยละ 75 รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงไปถึงร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) จากมาตรการการรับมือการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ที่มีแนวโน้มดีขึ้น รัฐบาลได้ผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว โดยพยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อช่วยเหลือภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ

จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความโดดเด่นทั้งด้านการเป็นเมืองศูนย์กลางการค้า การบริการ เกษตรอุตสาหกรรม และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ มรดกโลกบ้านเชียง อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ภูผายล รวมถึงทะเลบัวแดงที่ถูกจัดให้เป็น unseen in Thailand ที่สำนักข่าวระดับโลกอย่างซีเอ็นเอ็น (CNN) ได้จัดให้เป็นทะเลสาบที่สวยงามแปลกตาเป็นอันดับที่ 2 ของโลก จากการบานสะพรั่งของดอกบัวแดงทำให้พื้นผิวทะเลสาบกลายเป็นทุ่งดอกไม้ลอยฟ้าขนาดใหญ่ (The Nation Thailand, 2017) ซึ่งสามารถเข้าชมได้ปีละครั้งในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์เท่านั้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องทบทวนปัจจัยในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะการตรวจสอบข้อมูลในปัจจุบันที่สะท้อนความเข้าใจและความเชื่อของนักท่องเที่ยวเพื่อทบทวนภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญและมีผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำบอกต่อ (Alegre and Cladera, 2009) ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำไปประกอบการพิจารณาสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดรวมทั้งเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาคือนักท่องเที่ยวที่มาเยือนทะเลบัวแดง ณ ท่าเรือบ้านเดียม ตำบลเชียงแหว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เปิดให้บริการระหว่างวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยวางแผนเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 4 ครั้ง การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยขั้นตอนแรกจะใช้วิธีสุ่มช่วงสัปดาห์อย่างง่ายจากระยะเวลาที่เปิดให้บริการ 15 สัปดาห์ได้ช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล สัปดาห์ที่ 2 5 8 และ 12 ตามลำดับ และทำการสุ่มวันที่เก็บข้อมูลอย่างง่ายในแต่ละสัปดาห์อีกครั้งได้วันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 วันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2563 วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2564 และวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

ทำการแจกแบบสอบถามโดยสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่ขึ้นจากเรือลำเว่นลำจนหมด ได้แบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 292 ชุด ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้จำนวน 260 ชุด ซึ่งเพียงพอต่อการกำหนดขนาดตัวอย่างตามเทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างซึ่งต้องมีไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง (Hair, Anderson, Babin, and Anderson, 2010) จากการที่ช่วงระยะเวลาที่เก็บแตกต่างกัน ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างกลุ่มตัวอย่างจาก 2 สัปดาห์แรก และ 2 สัปดาห์หลังด้วยวิธี t-test และ ANOVA test ของตัวแปร เพศ อายุ รายได้ และการศึกษา พบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างไม่แตกต่างกัน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ ส่วนที่ 3 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบจากระดับมากที่สุดจนถึงระดับน้อยที่สุด ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้ ทำการปรับแก้ข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จนได้ค่า IOC 1.00 ทุกข้อคำถาม และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษจำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่าแบบสอบถามในแต่ละส่วนมีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง 0.807 0.897 และ 0.889 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยัน 260 ตัวอย่าง มีระดับความเชื่อมั่น 0.869 0.815 และ 0.869 ตามลำดับ สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีและนำไปใช้ได้ (Nunnally, 1978)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนทะเลบัวแดง ในวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 วันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2563 วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2564 และวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

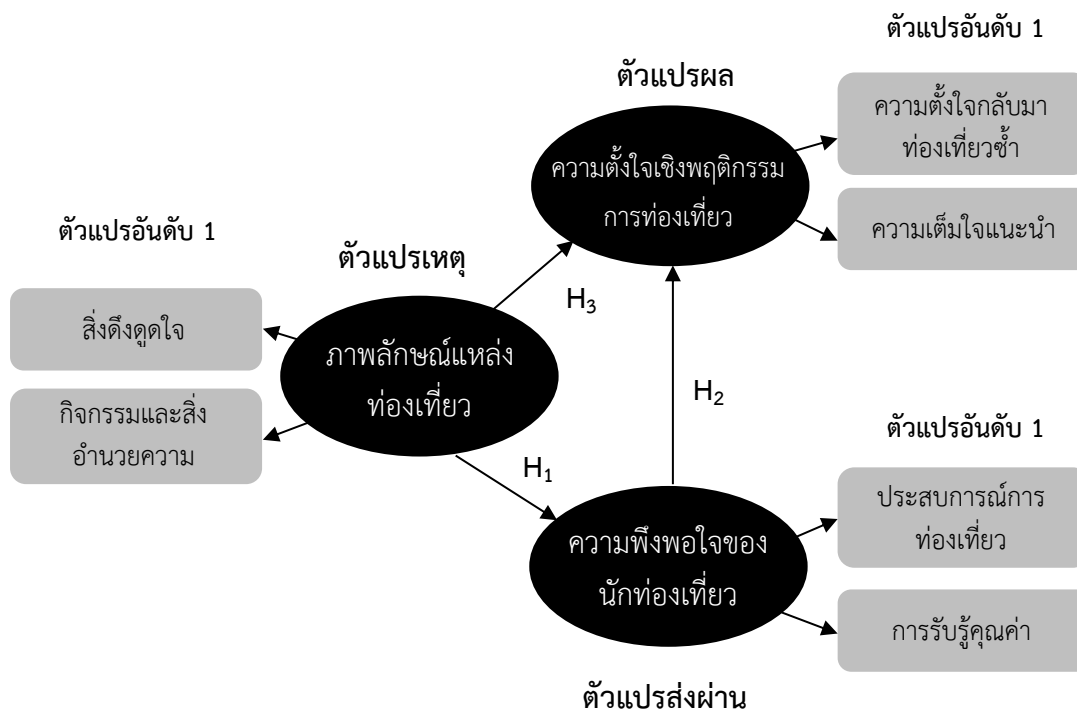
ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่

4.1 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวด้วยวิธีประมาณค่าไลค์ลิสต์สูงสุด (Maximum likelihood) และทดสอบความกลมกลืนสอดคล้อง (Goodness of Fit Test) โดยใช้ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง เพื่อยืนยันว่ามีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะนำมาพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง

4.2 วิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Structural model) โดยนำตัวแปรที่ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมาสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง โดยกำหนดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรเหตุ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรส่งผ่านและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรผล พิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาจากข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of Fit Test) เพื่อทดสอบความตรงของแบบจำลอง (Model Validation) วิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) แปลความหมายข้อมูลโดยการนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการคำนวณมาใช้อธิบายความสัมพันธ์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่ทำการศึกษามาพัฒนาสมมติฐานและกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงดังตารางที่ 1 และภาพที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
(H ₁) : ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Prayag (2009); Tasci and Boylu (2010); พบพร โอทกานนท์ และ เยาวภา ปฐมศิริกุล (2556); นิमित ชื่นสัน และ ศศิวิมล สุขบท (2563)
(H ₂) : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว	Chen and Chen (2010); Fishbein and Ajzen (2011); Chiu et al. (2016); Kani et al. (2017); นิमित ชื่นสัน และ ศศิวิมล สุขบท (2563)
(H ₃) : ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว	Prayag (2009); Molinillo et al. (2018); พบพร โอทกานนท์ และ เยาวภา ปฐมศิริกุล (2556); นิमित ชื่นสัน และ ศศิวิมล สุขบท (2563)

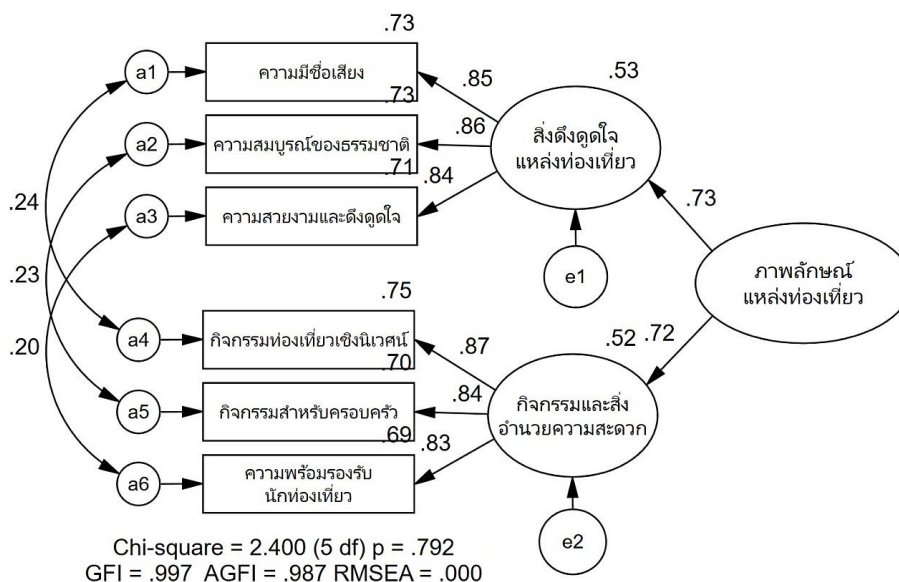


ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

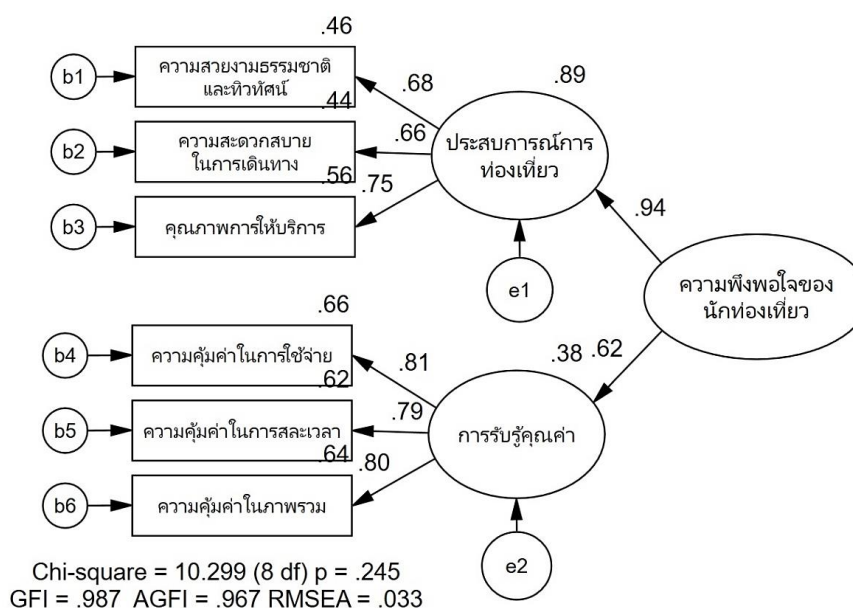
1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 2 ของแบบจำลองตัวแปรภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และตัวแปรความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงพฤติกรรม พบว่า ทำการทดสอบดัชนีความสอดคล้องที่สำคัญได้แก่ Chi Square, p-value, GFI, AGFI, SRMR และ RMSEA อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ตารางที่ 2) แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตัวแปรภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยตัวแปรแฝงอันดับหนึ่ง 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกต มีชื่อเสียง, ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ, ความสวยงามและดึงดูดใจ 2) กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกต กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, กิจกรรมสำหรับครอบครัว, และความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ดังภาพที่ 2



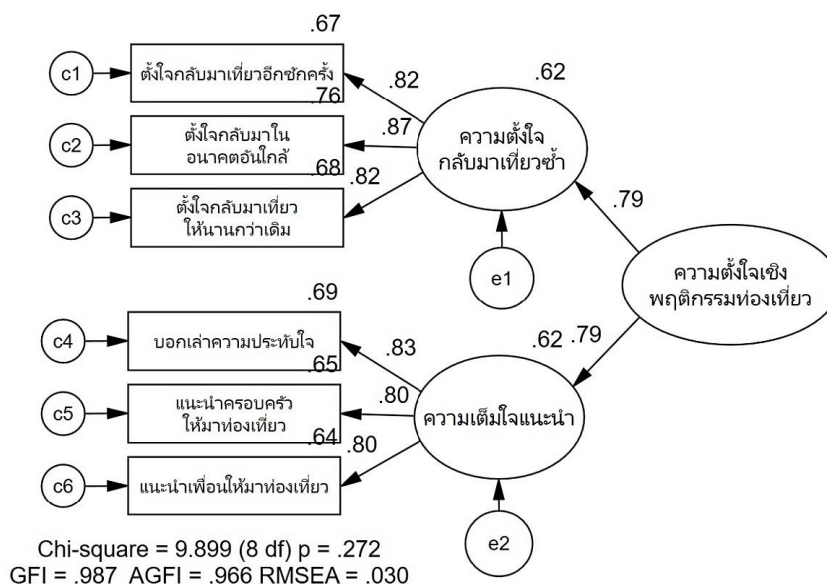
ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง
แบบจำลองภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยตัวแปรแฝงอันดับหนึ่ง 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ประสบการณ์การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกต ความสวยงามธรรมชาติและทิวทัศน์, ความสะดวกสบายในการเดินทาง, และคุณภาพการให้บริการ 2) การรับรู้คุณค่า ประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกต ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย, ความคุ้มค่าในการสละเวลา, และความคุ้มค่าในภาพรวม ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง
แบบจำลองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงพฤติกรรม ประกอบด้วยตัวแปรแฝงอันดับหนึ่ง 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกต ตั้งใจกลับมาเที่ยวอีกครั้ง, ตั้งใจกลับมาเที่ยวในอนาคต, และตั้งใจกลับมาเที่ยวให้นานกว่าเดิม 2) ความเต็มใจแนะนำประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกตบอกเล่าความประทับใจ, แนะนำให้กับคนในครอบครัว, และแนะนำเพื่อนให้มาท่องเที่ยว ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง
แบบจำลองความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงพฤติกรรม

นำตัวแปรที่ผ่านเกณฑ์พิจารณาดังกล่าวพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง ทำการปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทดสอบดัชนีความกลมกลืน ได้ค่าไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 123.245 (p-value = 0.477) องศาอิสระ (df) เท่ากับ 123 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 1.002 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.951 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.932 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) เท่ากับ 0.039 และค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.003 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et. al., 2010) ดังภาพที่ 5 และตารางที่ 2



ภาพที่ 5 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพล
ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความกลมกลื่นของแบบจำลอง

ค่าดัชนี	เกณฑ์ พิจารณา	ภาพลักษณ์ แหล่ง ท่องเที่ยว	ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว	ความตั้งใจ เชิง พฤติกรรม	แบบจำลอง ความสัมพันธ์ เชิงโครงสร้าง	แปลผล
χ^2	$p > 0.05$	0.792	0.245	0.272	0.477	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	< 2.00	0.480	1.287	1.237	1.002	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.95	0.997	0.987	0.987	0.951	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	0.987	0.967	0.966	0.932	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.012	0.031	0.026	0.039	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.06	0.000	0.033	0.030	0.003	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 3 แสดงความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง

ตัวแปร	ความเชื่อมั่น			ความเที่ยงตรง ภายใน		ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก		
	α	CR	Max R(H)	AVE	MSV	ภาพลักษณ์ แหล่ง ท่องเที่ยว	ความพึง พอใจ	ความตั้งใจ เชิง พฤติกรรม
ภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว	0.869	0.712	0.782	0.560	0.398	0.749		
ความพึงพอใจ	0.815	0.776	0.923	0.645	0.289	0.247	0.803	
ความตั้งใจ เชิง พฤติกรรม	0.869	0.780	0.851	0.644	0.398	0.631	0.538	0.803

จากตารางที่ 3 ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (α) มีค่าตั้งแต่ 0.815 - 0.869 และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) มีค่าตั้งแต่ 0.712 - 0.780 ซึ่งมากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010) และมีค่าความเชื่อมั่นสูงสุด (Maximal Reliability) สูงกว่าค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) ทุกองค์ประกอบ (Raykov et al., 2015) แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีความคงเส้นคงวาในการวัด

ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงภายใน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) มีค่าตั้งแต่ 0.560 - 0.645 ซึ่งมากกว่า 0.5 แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีความตรงเชิงสูงเข้า และค่าค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) แสดงว่าตัวแปร

สังเกตมีคุณสมบัติอยู่ร่วมกันในตัวแปรแฝงตรงตามทฤษฎีที่กำหนด ตามคำแนะนำของ Hair et. al. (2010)

ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของมาตรวัด ค่าความแปรปรวนร่วมสูงสุด (MSV) มีค่าตั้งแต่ 0.289 – 0.398 มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝงทุกค่า และทำการหาค่ารากที่ 2 ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ในแนวทแยงมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงทั้งในแนวตั้งและแนวนอนทุกค่า ตามเกณฑ์ของ Fornell and Larcker (1981) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของมาตรวัด

เมื่อพิจารณาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ 18 ตัว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.665-0.870 มีค่าสถิติ (t) ระหว่าง 7.763-16.325 ซึ่งมากกว่า 2.58 ทุกค่า แสดงว่าทุกตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักองค์ประกอบที่น่าเชื่อถือและอธิบายได้อย่างมีความหมายที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าน้ำหนักมาตรฐาน ค่าสถิติ t ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ (n=260)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	S.E.	R ²
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว CR= 0.712, AVE = 0.560					
สิ่งดึงดูดใจ	ความมีชื่อเสียง	0.855	-	-	0.731
	ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	0.856	16.325**	0.058	0.732
	ความสวยงามและดึงดูดใจ	0.843	16.211**	0.061	0.710
กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวก	กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.867	-	-	0.752
	กิจกรรมสำหรับครอบครัว	0.836	15.758**	0.057	0.699
	ความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว	0.830	15.635**	0.065	0.689
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว CR= 0.776, AVE = 0.645					
ประสบการณ์การท่องเที่ยว	ความสวยงามธรรมชาติและทิวทัศน์	0.676	-	-	0.457
	ความสะดวกสบายในการเดินทาง	0.665	7.763**	0.146	0.442
	คุณภาพการให้บริการ	0.744	8.785**	0.139	0.554
การรับรู้คุณค่า	ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย	0.823	-	-	0.678
	ความคุ้มค่าในการใช้เวลา	0.785	12.460**	0.073	0.615
	ความคุ้มค่าในภาพรวม	0.792	12.909**	0.069	0.628

ตารางที่ 4 แสดงค่าน้ำหนักมาตรฐาน ค่าสถิติที ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ (n=260) (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	S.E.	R ²
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว		CR= 0.780, AVE = 0.644			
ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	ตั้งใจกลับมาเที่ยวอีกซักครั้ง	0.822	-	-	0.676
	ตั้งใจกลับมาในอนาคตอันใกล้	0.870	15.864**	0.067	0.757
	ตั้งใจกลับมาเที่ยวให้นานกว่าเดิม	0.822	14.561**	0.070	0.676
ความเต็มใจแนะนำ	บอกเล่าความประทับใจ	0.828	-	-	0.686
	แนะนำครอบครัวให้มาท่องเที่ยว	0.805	13.421**	0.074	0.647
	แนะนำเพื่อนให้มาท่องเที่ยว	0.802	13.446**	0.075	0.643

หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญ .01 (t > 2.58)

2. ผลการการวิเคราะห์หัตถิพลเชิงสาเหตุและการทดสอบสมมติฐาน (ตารางที่ 5) จากการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) พบว่า

ยอมรับสมมติฐาน 1 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีขนาดอิทธิพล 0.247

ยอมรับสมมติฐาน 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีขนาดอิทธิพล 0.406

ยอมรับสมมติฐาน 3 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีขนาดอิทธิพล 0.531

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	β	t	S.E.	ผลการทดสอบ
(H ₁) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ---> ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	0.247	2.236*	0.048	ยอมรับ
(H ₂) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ---> ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	0.406	4.374**	0.208	ยอมรับ
(H ₃) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ---> ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	0.531	4.725**	0.109	ยอมรับ

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญ .05 (t > 1.96) ** ระดับนัยสำคัญ .01 (t > 2.58)

ผลการทดสอบตัวแปรส่งผ่านพบว่า มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.531 ที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.101 ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และมีขนาดอิทธิพลโดยรวม

เท่ากับ 0.632 ที่ระดับนัยสำคัญ .01 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนระหว่างตัวแปรภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังตัวแปร ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบตัวแปรส่งผ่าน

เส้นทางตัวแปรอิทธิพลทางอ้อม			ค่าอิทธิพล			ผลการทดสอบ
			ทางตรง	ทางอ้อม	โดยรวม	
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว	0.531**	0.101*	0.632**	partial mediation

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญ .05 ** ระดับนัยสำคัญ .01 (Bootstrapping times = 2,000)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนดังต่อไปนี้

1. ผลการพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรเหตุมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรผล นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นอิทธิพลทางอ้อมระหว่างปัจจัยภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผ่านตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นตัวแปรแฝง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Molinillo et al. (2018); Chiu et al. (2016); Kani et al. (2017); นิमित ชื่นสัน และ ศศิวิมล สุขบท (2563) นั้นหมายความว่า หากส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และมีแนวโน้มความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวสูงขึ้น นั่นคือนักท่องเที่ยวตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวและแนะนำบอกต่อให้นักท่องเที่ยวมาเยือนมากยิ่งขึ้น

2. ขนาดอิทธิพลของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีขนาดน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิमित ชื่นสัน และ ศศิวิมล สุขบท (2563) นั้นหมายความว่า การเพิ่มภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวให้สูงขึ้นไม่ได้ ทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงขึ้นมากเท่ากับตัวแปรอื่น สาเหตุเป็นเพราะประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ และการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่ง Groonroos (1984) กล่าวว่า ภาพลักษณ์บ่งบอกถึงความคาดหวัง ในขณะที่ Kotler and Keller (2009) ได้อธิบายว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับความแตกต่างของประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับกับความคาดหวัง นั่นคือหากประสบการณ์และการรับรู้คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับเกินความคาดหวัง นักท่องเที่ยวจึงจะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นขนาดอิทธิพลของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงเป็นไปได้ทั้งเชิง

บวกและเชิงลบ และมีค่ามากหรือน้อยขึ้นกับความแตกต่างดังกล่าว (Alegre and Cladera, 2009) ประเด็นนี้ควรศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

3. ขนาดอิทธิพลของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ พบพร โอทกานนท์ และ เยวภา ปฐมศิริกุล (2556) ซึ่ง Savas and Burcin (2017) ได้อธิบายไว้ว่า ภาพลักษณ์เกิดจากการรับรู้จากสื่อหรือผู้อื่น (Cognitive Image) และเกิดจากความรู้สึกผ่านประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยว (Affective Image) ส่งผลอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและกลับมาเที่ยวซ้ำ ดังนั้นการส่งเสริมภาพลักษณ์จึงให้ผลโดยตรงและส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงซึ่งเป็นลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การนำผลวิจัยไปอ้างอิงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีลักษณะและกิจกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตัวแปรที่ศึกษาและผลลัพธ์ที่ได้อาจจะแตกต่างออกไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมเช่น ปัจจัยผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยว หรือ คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว เพื่อให้แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และทำการการศึกษาเทคนิคอื่น ๆ เช่น การประเมินมูลค่าจากการท่องเที่ยว วิธีต้นทุนการเดินทาง เพื่อให้เกิดแง่มุมการนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ตรงประเด็นและคุ้มค่า

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2563 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2563, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename=index.
- นิมิต ชื่นสัน และ ศศิวิมล สุขบท. (2563). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความผูกพันกับสถานที่ ความพึงพอใจโดยรวม และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกในจังหวัดภูเก็ต. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(1), 68-83.
- พบพร โอทกานนท์ และ เยวภา ปฐมศิริกุล. (2556). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. *วารสารธรรมศาสตร์*, 32(1), 35-55.
- Alegre, J., Cladera, M. (2009). Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return. *European Journal of Marketing*, 43(5/6), 670-685.
- Artuger, S. & Cetinsoz, B. C. (2017). The Impact of Destination Image and the Intention to Revisit. A Study Regarding Arab Tourists., *European Scientific Journal*, 13(5), 82-98.

- Baniya and Paudel. (2016). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Domestic Tourists in Nepal. **Journal of Management and Development Studies**, 27, 16-30.
- Bollen, K.A. (1989). **Structural Equations with Latent Variables**. New York: John Wiley and Sons.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. (1993). "A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions". **Journal of Marketing Research**, 30(1). 7-27
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. **Tourism Management**, 31(1), 29-35.
- Chen, CF., & Tsai, D. (2007). "How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?". **Tourism Management**, 28, 1115-1122.
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: A case study of Chinese tourists in Korea. **International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research**, 10(2), 223-234.
- Dickman, S. (1996). **Tourism: An Introductory Text**. 2nd ed. Australia: Hodder Education.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). **Predicting and changing behavior: The reasoned action approach**. NewYork: Psychology Press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobserv-able Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. **Journal of Marketing Research**, 18, 382-388.
- Gronroos, C. (1984). Service quality model and its marketing implications. **European Journal of Marketing**, 18(4), 36-44.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. 7th ed. Pearson Education: Upper Saddle.
- Kani, Y., Aziz, Y. A., Sambasivan, M., & Bojei, J. (2017). Antecedents and outcomes of destination image of Malaysia. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 32, 89-98.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). **Principle of Marketing**. 13th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). **A Framework for Marketing Management**. 4th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

- Molinillo, S., Liebana-Cabanillas, F., Anaya-Sanchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: Image and intention to visit. **Tourism Management**, **65**, 116-130.
- Prayag, G. (2009). Tourists' evaluations of destination image, satisfaction, and future behavioral intentions--The case of Mauritius. **Journal of Travel and Tourism Marketing**, **2**, 836-853.
- Raykov, T., Gabler, S., & Dimitrov, D. M. (2015). Maximal reliability and composite reliability: Examining their difference for multicomponent measuring instruments using latent variable modeling. **Structural Equation Modeling**, **23**, 384-391.
- Tasci, A.D.A, & Boylu, Y. (2010). Cultural comparison of tourists' safety perception in relation to trip satisfaction. **International Journal of Tourism Research**, **12**, 179-192.
- The Nation Thailand. (2017). **CNN names Isaan as one of best places worldwide to visit this year**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.nationthailand.com/in-focus/30306979>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). **Service marketing: integrating customer focus across the firm**. McGraw-Hill.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

1. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่เคยผ่านการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
3. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่มีคุณค่าทางวิชาการ เกิดขึ้นจากผู้เขียนได้ทำการทดลอง สร้างสรรค์ สังเคราะห์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานโดยตรง หรือเป็นบทความที่เสนอถึงความคิด หรือหลักการใหม่ที่เป็นไปได้และมีทฤษฎีสนับสนุนอย่างเพียงพอ มีประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัย
4. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่ได้ลอกเลียนหรือดัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่นหรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือปราศจากการอ้างอิงที่ถูกต้อง
5. ผู้เขียนต้องจัดเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบตามข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับอย่างเคร่งครัด
6. ผู้เขียนได้แก้ไขความถูกต้องของบทความที่ส่งตีพิมพ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว
7. บทความจะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากกองบรรณาธิการและการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน

การเตรียมต้นฉบับ

ทางกองบรรณาธิการยินดีรับตีพิมพ์ผลงานวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรสีดำ พิมพ์ในกระดาษขาว ขนาดมาตรฐาน A4 และไม่มีเส้นบรรทัด การตั้งค่าน้ำกระดาษ เว้นขอบบนและขอบซ้าย 3.81 ซม. ขอบล่างและขอบขวา 2.54 ซม. มีความยาวไม่เกิน 15 หน้า และใช้ระบบการอ้างอิง APA

รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Font: TH SarabunPSK)	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
ชื่อเรื่องภาษาไทย	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา/ตัวพิมพ์ใหญ่
ชื่อผู้เขียน และผู้เขียนร่วม	14 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ
ชื่อหน่วยงานของผู้เขียนบทความ	14 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ
บทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาในบทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อคำสำคัญ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อคำสำคัญ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ

ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Font: TH SarabunPSK)	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
หัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อกิตติกรรมประกาศ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อเอกสารอ้างอิง	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ และห้ามใส่เอกสารอ้างอิงโดยปราศจากการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ และให้ใช้การอ้างอิงตามระบบอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยมีรายละเอียดการอ้างอิงดังนี้

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

1.1 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาต่างประเทศ ให้ใช้ชื่อสกุลตามด้วยปีที่ตีพิมพ์ ในเอกสาร เช่น (Voss, 1998) หรือ Voss (1998) แล้วแต่โครงสร้างประโยค และ ในกรณีที่ผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คนขึ้นไป (Paul et al., 1999) หรือ Paul et al. (1999)

1.2 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาไทย ให้ใส่ชื่อและนามสกุลของผู้นิพนธ์ ตามด้วยปี พ.ศ. เช่น (กริช สืบสนธิ์, 2545) หรือ กริช สืบสนธิ์ (2545) และ (ดำรง สืบสกุล และคณะ, 2550) หรือ ดำรง สืบสกุล และคณะ (2550) ในกรณีที่ผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คนขึ้นไป

1.3 การอ้างอิง กรณีที่มีเอกสารมากกว่าหนึ่งชื่อเรื่อง โดยผู้แต่งคนเดียวกันและพิมพ์ปีเดียวกันควรกำหนดอักษร ก ข ค... กำกับไว้ที่ปี พ.ศ. ด้วย สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น สุทัศน์ ยกส้าน (2529ก) หรือ (สุทัศน์ ยกส้าน, 2529ก) และอักษร a, b, c, ... สำหรับภาษาต่างประเทศ Jackson (2009a) หรือ (Jackson, 2009a)

1.4 การอ้างอิงเอกสารมากกว่าหนึ่งรายการในวงเล็บเดียวกัน ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร โดยค้นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค “;” ไม่ต้องเว้นหน้าเครื่องหมายนี้ แต่ให้มีหนึ่งเว้น 1 ตัวอักษร วรรคหลังเครื่องหมาย เช่น (เยาวนุช แสงยนต์, 2551; สุพาตา อินทรานุกูล, 2545) และ (Kartner, 1973; Kartner & Russel, 1975)

1.5 การอ้างอิงเอกสารที่ผู้แต่งเป็นสถาบัน ในการอ้างอิงทุกครั้งให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน เช่น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (2542) หรือ (ธนาคารกรุงไทย จำกัด, 2542) หรือ สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2545) หรือ (สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2545) อนึ่ง หากชื่อสถาบันนั้นยาวและมีชื่อย่อ ในการอ้างอิงครั้งแรกให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน และให้มีชื่อย่อในวงเล็บตรง ส่วนในการอ้างอิงครั้งต่อไป ให้ระบุชื่อย่อของสถาบัน ดังตัวอย่าง

การอ้างอิงครั้งแรก (สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม [ส.ป.ก.], 2542)
การอ้างอิงครั้งต่อไป (ส.ป.ก., 2542)

การอ้างอิงครั้งแรก (Food and Agriculture Organization [FAO], 1997) การ
อ้างอิงครั้งต่อไป (FAO, 1997)

1.6 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏนามผู้แต่งให้ใช้คำว่า นิรนาม สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า Anonymous สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศแทนชื่อผู้แต่ง เช่น (นิรนาม, 2541) (Anonymous, 1999)

1.7 การอ้างอิงสองทอด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากเอกสารต้นฉบับ ต้องสืบค้นจากเอกสารที่ผู้อื่นได้อ้างอิงไว้ (Secondary Source) เขียนโดยการอ้างอิงโดยระบุชื่อผู้แต่งต้นฉบับ (Original) ที่ผู้อื่นนำมาอ้างอิงต่อในกรณีหนังสือของ ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล (2543) ให้ระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ ตามด้วย “อ้างใน” สำหรับเอกสารภาษาไทยหรือคำว่า “cited in” สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ แล้วระบุชื่อผู้ที่นำผลงานนั้นมาอ้างอิง เช่น (McCracken, 1996 อ้างใน ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล, 2543) หรือ (สุภาพ ฉัตรภรณ์, 2542 อ้างถึงใน จรูวรรณ พฤกษติกุล, 2549) (Campbell and Stanley, 1969 cited in Gay, 1992)

1.8 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ในตำแหน่งที่ต้องระบุปีที่พิมพ์ ให้ระบุ ม.ป.ป. สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (สถาบันอินทรีจันทร์สถิตย์เพื่อการค้นคว้าและพัฒนาด้าน พืชศาสตร์, ม.ป.ป.) และ n.d. สำหรับ เอกสารภาษาต่างประเทศ เช่น (Miller, n.d.)

2. รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

2.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อเรื่อง./ ครั้งที่พิมพ์ (ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./
////////// สถานที่พิมพ์./ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา. (2546). **กรอบแนวทางการประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฑาทอง.

ภิญโญ สาร. (2521). **หลักบริหารการศึกษา**. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

Cogan, J. J. (1986). **Global Education: An Interview with John J. Cogan**. Teaching and Learning Elementary Social Studies. Boston: Allyn and Bacon, Inc.

2.2 บทความจากวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่),/
//////// เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่างเช่น

สายสนม ประดิษฐ์ดวง. (2541). ข้าวกล้องและรำข้าว-อาหารป้องกันโรค. **วารสารอุตสาหกรรมเกษตร**, 9(2), 38-41.

ณรงค์ ศรีสุวรรณ สุพล เจริญพงศ์ และพิชัย วิชัยดิษฐ์. (2539). คุณสมบัติของชุดดินที่จัดตั้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและความเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ที่ดิน. **เอกสารวิชาการกองสำรวจและจำแนกดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์**, 2(12), 12-18.

Nguyen, H. V., Dommel, H. W., & Marti, J. R. (1997). Direct phase-domain modeling of frequency-dependent overhead transmission lines. **IEEE Transaction on Power Delivery**, 12(3), 1335-1342.

2.3 รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ วิทยานิพนธ์/
//////// ชื่อปริญญา/ ชื่อสถาบัน.

ตัวอย่างเช่น

จิรพร สร้อยสุวรรณ. (2547). การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาชายในสถาบันราชภัฏในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกสุศึกษา ภาควิชาพลศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพวรรณ อีร์พันธ์เจริญ. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

2.4 เอกสารประกอบการสัมมนา/การประชุมทางวิชาการ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อการประชุม,/
//////// เลขหน้าที่ปรากฏ./ สถานที่พิมพ์./ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สุชน ตั้งทวีพัฒนา และ บุญล้อม ชีวะอิสระกุล. (2533). การใช้เมล็ดทานตะวันเป็นแหล่งโปรตีนและพลังงานในอาหารสัตว์ปีก. ใน **รายงานการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ครั้งที่ 28 (สาขาสัตวศาสตร์และประมง)**, หน้า 47-59. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Henderson, S. (1978). An evaluation of the filter feeding fishes, silver and bighead carp, for water quality improvement. In **Symposium on the Culture of Exotic Fishes**, pp. 121-136. Alabama: Auburn University.

2.5 ข้อมูลที่สืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อเอกสาร./ สืบค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี./ จาก/
//////////แหล่งที่เข้าถึงได้

ตัวอย่างเช่น

ประสพ รัตนกร. (2548). **ใจเขาใจเรา**. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.bnn.go.th/files/library/c-a03.htm>

Boyles, S. (2001). **World diabetes day has people pondering their risk**. Retrieved November 16, 2001, from <http://my.webmd.com/content/article/1667.51328>

2.6 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลของผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี./วัน/เดือนที่สัมภาษณ์)./
//////////ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี), ชื่อหน่วยงานหรือที่อยู่ผู้ให้สัมภาษณ์.
สัมภาษณ์.

ตัวอย่างเช่น

สมควร ดีประเสริฐ. (2543, 12 เมษายน). ราชภัฏ. หมู่บ้านโนนม่วง ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น.
สัมภาษณ์.

Chindaprasert, P. (1999, August 20). President. Khon Kaen University. **Interview**.

การส่งต้นฉบับ

สามารถส่งต้นฉบับผลงานออนไลน์ได้ที่ <https://ms.udru.ac.th/msjournals/> และ
สามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000
โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร: 042-211069

งานวิจัยและบริการวิชาการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เล่งที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทร : 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร : 042-211069

E-mail : msudru.journal@udru.ac.th

Website : <http://ms.udru.ac.th/msjournals>

