

ISSN 2673-0367 (Online)



Journal of Modern Management Science

JMMS

วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง

ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2565

Volume 15 No.1 January – June 2022



วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่

Journal of Modern Management Science

ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2565

วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ISSN 2673-0367 (Online)

Journal of Modern Management Science

ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2565



เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่

บรรณาธิการ

ดร.นุสรุตา	แสงอร่าม	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
------------	----------	------------------------

กองบรรณาธิการ

ดร.อารยา	อริยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรภาพ	จันทร์แสนตอ	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ดร.ณัฐวุฒิ	ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ	ธีรสรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี	จันทร์โคลิกา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภาศรี	พ้อค้า	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์	จันทน์นอก	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส	เดชะตันมีนสกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.ศรีสุตา	อินทมาศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ทรงคุณวุฒิ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารรณ	วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินตะซัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์	ฐิติยาปราโมทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พอใจ	สิงหนะนทร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริญา	จนาศักดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์	อาทิตย์กวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ดร.วีรพร	สุพจน์ธรรมจารี	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ดร.บัมขิต	บุษบา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ทรงคุณวุฒิ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย	พฤษภัสรชกร	มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.อุเทน	เลาน้ำทา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ	หวังเจริญเดช	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรยา	ภัทรอาชาชัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดน์ ดร.พรรณภา	ชมระกา เข็บบาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา	แสนสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสุธิดา	นุริตมนต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์	เลาหะเมธานี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุตาพร	สาวม่วง	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์	ชุ่มเมืองปัก	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ ดร.กীরติ	สัมฤทธิ์สกุล ตระการศิริวานิช	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี	พรชัยทิวัตต์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก่องพงษ์	พลโยธา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์	เจษฎาลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา ดร.सानนท์	เตติวัฒน์ อนันทานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ฝ่ายประสานงานทั่วไป

นายพิสิษฐ์ เทียมเย็น

นางสาวรุจิราภรณ์ แสงอินทร์

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม – มิถุนายน และกรกฎาคม - ธันวาคม)

วัตถุประสงค์ของวารสาร

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยที่มีคุณภาพแสดงถึงคุณค่าทางวิชาการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) และเชิงการบริหารจัดการ (Managerial Contributions)
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่แวดวงวิชาการและสังคม ในการเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เชิงบริหารธุรกิจ ในแขนงต่าง ๆ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ ตลอดจนประสานการดำเนินงาน คณาจารย์ นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชน

บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารทุกบทความ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ เป็นของนักวิจัยหรือนักวิชาการแต่ละท่าน โดยเฉพาะ ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่

บทบรรณาธิการ

เรียนผู้อ่านวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ทุกท่าน ก่อนอื่นทางกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัวมงคลสมัย ที่ต้องสูญเสียรองศาสตราจารย์ ดร.วาริพิน มงคลสมัย ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกของวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ และขอให้ท่านไปสู่สุคติ

สำหรับฉบับนี้ ทางวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ได้รับความสนใจจากนักวิจัย/นักวิชาการหลายท่านที่ได้ส่งบทความที่น่าสนใจหลายเรื่อง โดยในวารสารฉบับนี้ จะประกอบด้วยบทความวิจัยทางการบัญชี จำนวน 1 บทความ การท่องเที่ยวและการโรงแรมจำนวน 3 บทความ จากเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เทศบาลนครหาดใหญ่ และจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนบทความสุดท้าย เป็นบทความวิจัยโลจิสติกส์ที่เกี่ยวกับการขนส่งสาธารณะของจังหวัดนนทบุรี

สุดท้าย กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ขอขอบคุณนักวิชาการ/นักวิจัย/ผู้สนใจทุกท่านที่มอบความไว้วางใจและส่งบทความมาตีพิมพ์กับทางวารสารของเรา และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้เกียรติในการประเมินคุณภาพบทความ ทางกองบรรณาธิการฯ หวังว่า ผู้อ่านทุกท่านจะได้รับความรู้และเกิดแรงจูงใจในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานวิจัยใหม่ๆ เพื่อตีพิมพ์กับทางวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ต่อไป

กองบรรณาธิการ

มิถุนายน 2565

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย :เพราพิลาส ประสิทธิ์บุรีรักษ์ ^{1*} วรวิทย์ เลาหะเมทนี ²	1-16
ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก :ธันยนันท์ สมบูรณ์รัตนโชค ^{1*}	17-34
การมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 :พัชรินทร์ บุญนุ่น ^{1*} ภาณุมาศ สุษยบางด้า ² อาริษา โสภางจารย์ ³	35-46
การพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถด้านการจัดการ ธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ :พริมาดา บัวหลวง ^{1*}	47-63
Service quality assessment of Mass Public Transit related to passenger satisfaction: A case study of Nonthaburi :Jirawat Wongthongchai ^{1*}	64-76



Journal of Modern Management Science

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>



ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี
ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย
ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Causal Relationship Among Professional Interpersonal Relationship Skills,
Technological Adaption Competency, and Goal Achievement Efficiency of
Chief Financial Officers of Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand

เพราพิลาส ประสิทธิ์บุรีรักษ์^{1*} วรวิทย์ เลหาเหมณี²
Phraophilat Prasitbureerak^{1*} Worawit Laohamethanee²

Article Information

Received: Sep 21, 2021

Revised: Dec 9, 2021

Accepted: Jan 3, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์จากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 117 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย ผลการศึกษานี้ทำให้เกิดความเข้าใจในอิทธิพลระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในต่างประเทศและข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชีของไทย นักบัญชียุคปัจจุบันต้องมีการ

¹ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

Lecturer of Business Administration and Liberal Arts Faculty, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

Lecturer of Business Administration and Liberal Arts Faculty, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai

ปรับตัวทางด้านเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นซึ่งถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนแนวคิดของสภาวิชาชีพบัญชี ผลการศึกษาได้ชี้แนะแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการบัญชีเพื่อส่งเสริมการศึกษาควบคู่กับการปฏิบัติงานจริงภายใต้สภาพแวดล้อมที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานซึ่งจะช่วยพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพที่เหมาะสมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ: ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี ประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The objective of this research is to investigate the causal relationship among professional interpersonal relationship skills, technological adaptation competency, and goal achievement efficiency of chief financial officers of companies listed in the Stock Exchange of Thailand. The data were collected by questionnaires sent via postal mail from 117 chief financial officers of companies listed in the Stock Exchange of Thailand. They were then analyzed by descriptive statistics and structural equation modeling. The research results reveal that professional interpersonal relationship skill has a significant positive influence on technological adaptation competency and goal achievement efficiency. In addition, technological adaptation competency has a significant positive influence on goal achievement efficiency. These research results help enable a better understanding of the causal relationship among professional interpersonal relationship skills, technological adaptation competency, and goal achievement efficiency of chief financial officers of companies listed in the Stock Exchange of Thailand. Moreover, these results confirm the empirical consensus between academic research and professional standards of the Thai Federation of Accounting Profession. They may also provide guidelines for the development of an accounting study program that promotes proper education and professional skills for professional accountants in the future.

Keywords: Professional Interpersonal Relationship Skill, Technological Adaptation Competency, Goal Achievement Efficiency, Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand

บทนำ

โลกที่ไร้พรมแดนที่ทำให้ทุกมุมโลกสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันง่ายขึ้น ธุรกิจสามารถขยายกิจกรรม สร้างโอกาส และรายได้ในระดับสากลอย่างไร้ขีดจำกัด ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมอย่างรวดเร็วและรุนแรง เกิดการปฏิวัติความรู้ในหลากหลายสาขาอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและจำนวนมากนำไปสู่ยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น กอปรกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยี (Digital Disruption) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวเป็นวงกว้าง กระแสการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อ

นัยสำคัญต่อรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจของภาคธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก (นันทวรรณ บุญช่วย, 2563) วิชาชีพบัญชีก็เป็นอีกหนึ่งภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินงานเช่นกัน

วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและตลาดทุนในฐานะผู้ให้ข้อมูลทางการเงินที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการที่เกี่ยวข้องกับประเมินฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน ผลการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์และประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของฝ่ายบริหารของภาคธุรกิจมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ ข้อมูลทางการเงินที่สะท้อนมูลค่ากิจการและผลกำไรถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ (Watt & Zimmerman, 1983) อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวโดยยกระดับทักษะเดิมให้มีความทันสมัยมากขึ้น (Upskill) และเรียนรู้ทักษะในการประกอบวิชาชีพใหม่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (Reskill) (World Economic Forum, 2020) เนื่องจากเป็นวิชาชีพบัญชีมีภาพลักษณ์ที่เป็นงานที่อาศัยทักษะเฉพาะเจาะจงและทำงานในรูปแบบเดิม ทำให้วิชาชีพบัญชีมีแนวโน้มจะถูกทดแทนแรงงานด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่เป็นอันดับต้น ๆ ในอีก 5 ปีข้างหน้า (นภารัตน์ ศรีวรรณวิทย์, 2564) ดังนั้นหากผู้ประกอบการไม่มีขีดความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว วิชาชีพบัญชีอาจถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีในอนาคตได้

ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีที่ปฏิบัติงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องเผชิญกับความท้าทายด้านการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานวิชาชีพระดับสากล นอกจากนี้ยังต้องสามารถตอบสนองต่อความหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น ความสามารถในการปรับตัวและพัฒนาทักษะเพื่อรองรับต่อการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมดังกล่าวจึงเป็นเรื่องที่ทำทนายอย่างมาก (กนกอร อรุณทริรุ่งโรจน์, 2560) ซึ่งการยกระดับทักษะด้านวิชาชีพและความสามารถในการปรับตัวจึงเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและเกิดผลผลิตตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ (ปัญญาพร ศรีชนาพันธ์ และคณะ 2561) หากผู้ประกอบการวิชาชีพประสงค์จะปฏิบัติงานต่อเนื่องและประสบประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย จะต้องเรียนรู้ และปรับตัวจากการทำงาน อย่างไรก็ตามการทบทวนวรรณกรรมในปัจจุบันมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบัญชีแต่มีงานวิจัยจำนวนจำกัดที่กล่าวถึงนักบัญชีว่าควรมีการปรับตัวอย่างไรให้เข้ากับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นในการปฏิบัติงาน ดังนั้นการปรับตัวทางวิชาชีพในแง่ใดที่จะทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพบรรลุเป้าหมายการทำงาน และทักษะด้านวิชาชีพใดที่จะสนับสนุนนักบัญชีในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าว โดยเลือกประชากรคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลายและมีความต้องการข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดการตอบสนองผู้ใช้ข้อมูลมากที่สุด

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นข้อเสนอในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพเกี่ยวกับทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

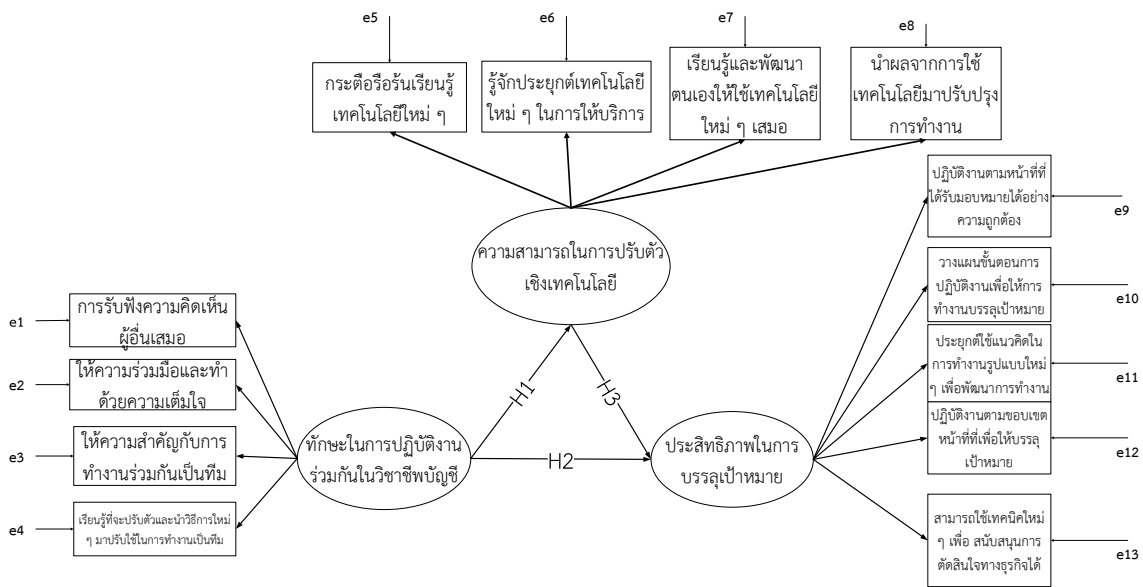
เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่ โดยมีวัตถุประสงค์ย่อย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่าทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีของผู้บริหารฝ่ายบัญชี
2. เพื่อศึกษาว่าทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชี
3. เพื่อศึกษาว่าความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชี

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังภาพ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี

ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี (Professional Interpersonal Relationship Skill) หมายถึง ความสามารถในการประเมิน ทำความเข้าใจ และบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกับบุคคลรอบข้างได้เพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานเชิงบวกในวิชาชีพบัญชีและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกัน (Bar-On, 2006) ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพประกอบด้วย ความสามารถความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น การมีปฏิสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาภายใต้

ความเห็นที่แตกต่างกัน ความสามารถในการเจรจาเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน และการสื่อสารความเห็นเชิงวิชาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ (Thapayom, Ussahawanitchakit, & Boonlua 2018; สภาวิชาชีพบัญชี, 2557)

วรรณกรรมทางด้านวิชาชีพบัญชีที่เกี่ยวข้องระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถสื่อสารข้อมูลอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (Thapayom, et al, 2018; Kermis & Kermis, 2010; สภาวิชาชีพบัญชี, 2557) เช่นเดียวกับผลการศึกษาด้านการสอบบัญชีที่ระบุว่า ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในปฏิบัติงานด้วยความสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ (Nelson, 2009) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องได้รับข้อมูลรายการค้าของธุรกิจจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก การจะได้มาซึ่งข้อมูลดังกล่าวจำเป็นต้องมีทักษะและความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและทักษะการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะในการเจรจาและอภิปรายเพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับความถูกต้องของข้อมูลทางการเงิน ซึ่งความสามารถเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพประสบความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายได้

นอกจากนี้ ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับสิ่งใหม่ ๆ (Pishghadam, 2009; Perk & Bar-on, 2010) เนื่องจากผู้ที่สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นมีแนวโน้มจะเรียนรู้และแบ่งปันความรู้ร่วมกับผู้อื่น และทำให้ได้รับอิทธิพลในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงานร่วมกันเป็นอย่างดีสอดคล้องกับผลการศึกษาระบุว่า การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการในระหว่างกลุ่มผู้สอบบัญชีจะก่อให้เกิดแบ่งปันความรู้ใหม่ ๆ ทางด้านเทคนิคการตรวจสอบ มาตรฐานการสอบบัญชีและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชี (Vera-Munˆoz, et al., 2006) ดังนั้น จากผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพ อาจส่งผลต่อความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย สมมติฐานที่เกี่ยวข้องจึงได้แก่

H₁ : ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี

H₂ : ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี

ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี (Technological Adaptation Competency) หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้ พัฒนา และยอมรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อประยุกต์เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสถานการณ์ ความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล หรือเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาและวิจัยด้านบัญชีระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ภูมยาระเบียบข้อบังคับ บรรทัดฐานและความต้องการของสังคมเท่านั้นจะสามารถอยู่รอดได้ (DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1977) ผู้บริหารและผู้ประกอบวิชาชีพจะต้องปรับตัวให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท และปรับตัวเพื่อให้มีทักษะในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้และสามารถแก้ไขปัญหาในองค์กรได้ (Husted & Allen, 2007; Perks & Bar-On, 2010) สอดคล้องกับผลการศึกษาในประเทศไทยที่พบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำเป็นต้องปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เงินและรายงานข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพได้ (Phornlaphatrachakorn & Na

Kalasinthdu, 2021) ดังนั้น จากผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ความสามารถในการปรับตัวอาจส่งผลในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ สมมติฐานที่เกี่ยวข้องจึงได้แก่

H₃ : ผลสัมฤทธิ์ของความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย

ประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย (Goal Achievement Efficiency) หมายถึง ความสำเร็จในการวางแผน ประยุกต์แนวคิดและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายในการให้บริการด้านวิชาชีพ และทำให้ได้การยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสีย การสร้างความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การได้รับความเชื่อใจไว้วางใจ ซึ่งผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนเป็น ผลการปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพด้วยทักษะวิชาชีพที่เหมาะสมและปรับตัวให้เข้ากับความคิดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (อนุชา ภา พยอม และคณะ 2563)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งถือเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำรายงานทางการเงิน จำนวน 580 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) ผู้บริหารฝ่ายบัญชีถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้หรือมี ข้อมูลหรือมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะทางวิชาชีพ รวมทั้งการที่ผู้ประกอบการวิชาชีพต้องปรับตัวเพื่อนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดทำรายงานการเงินมากที่สุด ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจึงเหมาะสมจะเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการศึกษาครั้งนี้

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่เลือกมาศึกษาครั้งนี้มีรายละเอียดแยกตามรายประเภทกลุ่ม อุตสาหกรรม โดยไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน และกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) เนื่องจากสภาพแวดล้อมและ มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่มีความแตกต่างกัน โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. กลุ่มการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	60
2. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	40
3. กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	93
4. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	162
5. กลุ่มทรัพยากร	61
6. กลุ่มบริการ	125
7. กลุ่มเทคโนโลยี	39
รวม	580

คณะผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งสิ้น 580 ราย ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2563 – 15 สิงหาคม 2563 โดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน หลังจาก ซึ่งมีแบบสอบถามที่ถูกไปรษณีย์ตีกลับเนื่องจากที่อยู่ไม่ถูกต้องหรือไม่มีผู้รับจำนวน 6 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ทำงานกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 117 คน โดยมีอัตราการตอบกลับร้อยละ 20.38 สอดคล้องกับ Aaker, et al. (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามในการวิจัยทางสังคมศาสตร์โดยไม่มี การติดตามแบบสอบถามควรจะมียอดการตอบกลับเกินร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

คณะผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลโดยปราศจากความลำเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถามกลับมา (Test of Non-Response Bias) จึงได้ทดสอบโดยใช้การทดสอบ t-test ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งแบบสอบถามกลับมาโดยแบ่งออกเป็นสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับมาในสามสัปดาห์แรก จำนวน 50 ชุดแรก (Early Group) กำหนดให้เป็นกลุ่มแรก กลุ่มที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับในสามสัปดาห์หลัง จำนวน 50 ชุดหลัง (Late Group) กำหนดให้เป็นกลุ่มหลัง ผลการทดสอบพบว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่มอย่างเป็นนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่พบปัญหาความลำเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Armstrong & Overton, 1977)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วน 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ระดับทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี (สภาวิชาชีพบัญชี, 2557) 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี (Paluakos et al., 2000) 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพ (Guan et. al., 2006, สมชาติ กิจจรวยง, 2536) และ 5) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ (5=เป็นความจริงหรือเห็นด้วยมากที่สุด 4=เป็นความจริงหรือเห็นด้วยค่อนข้างมาก 3=เป็นความจริงหรือเห็นด้วยปานกลาง 2=เห็นด้วยหรือเป็นความจริงค่อนข้างน้อย 1=ไม่เป็นความจริงหรือไม่เห็นด้วยเลย)

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามประกอบด้วยการแปลแบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยคณะผู้วิจัย จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษสองท่านแปลแบบสอบถามฉบับภาษาไทยกลับเป็นภาษาอังกฤษ และนำผลการแปลจากทั้งสองท่านมาเปรียบเทียบกันและปรับแต่งคำให้เหมาะสม

คณะผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหาของรายการข้อคำถามด้วยการสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นผลการแสดงความเห็นที่ได้มาวิเคราะห์ค่า IOC (Item Objective Congruence Index) แล้วได้ค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.66 - 1 สรุปค่า IOC ทั้งหมด = 0.97 เมื่อทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับของผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 30 คนซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) กลุ่มเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ในเรื่องที่ต้องการเก็บข้อมูล เพื่อทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริง โดยแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบนี้จะไม่รวมอยู่ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่นครอนบาค

ชื่อตัวแปร	จำนวน ข้อคำถาม	ค่า Item- total Correlation	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha)	ความเชื่อมั่น เชิงประกอบ (Composite Reliability)	ความแปรปรวน เฉลี่ยที่สกัดแล้ว (Average Variance Extracted)
1. ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกัน ในวิชาชีพบัญชี	4	0.578-0.697	0.822	0.9296	0.769
2. ความสามารถในการปรับตัวเชิง เทคโนโลยี	4	0.482-0.636	0.788	0.9207	0.747
3. ประสิทธิภาพในการบรรลุ เป้าหมาย	5	0.564-0.622	0.903	0.9607	0.831

เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและสม่ำเสมอในการตอบคำถามของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยใช้การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค (Cronbach's α) และค่า Item-total Correlation เพื่อทดสอบความสอดคล้องกันของข้อคำถาม ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคจะต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994) และค่า Item-total Correlation จะต้องไม่น้อยกว่า 0.4 (Kline, 2000) ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 2 ซึ่งพบว่าทุกองค์ประกอบมีระดับความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ค่าที่แสดงไว้ในตาราง 2 แสดงความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability) และความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้ว (Average Variance Extracted) ความเชื่อมั่นเชิงประกอบจะสะท้อนว่าชุดของตัวแปรสังเกตได้สามารถวัดตัวแปรแฝงที่เป็นโครงสร้างได้ดีเพียงใด โดยค่านี้ควรมีไม่น้อยกว่า 0.7 จึงจะบ่งชี้ว่ามีความเชื่อมั่นสูง (Hair, et al. 2010) ค่าที่แสดงไว้ในตารางที่ 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรที่มีค่าเกิน 0.7 สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้วซึ่งทุกปัจจัยค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์คือ 0.4 มีความหมายว่า ความแปรปรวนจากความคลาดเคลื่อนในการวัดมีค่าต่ำกว่าปริมาณความแปรปรวนในกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดที่อธิบายโดยตัวแปรโครงสร้าง (Bagozzi & Yi, 1988) เมื่อพิจารณาโดยรวมทั้งค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค ค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบ และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้วสามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดในการศึกษาคำนี้มีความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างในระดับดี

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคำนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ 2 ประเภทคือ สถิติเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ และความถี่ สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใช้การวิเคราะห์ได้แก่ โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบและประมาณค่าสัมพันธระหว่างตัวแปรในการศึกษาคำนี้ เนื่องจากตัวแปรในการศึกษาคำนี้เป็นตัวแปรแฝงซึ่งไม่สามารถวัดได้สังเกตได้โดยตรง แต่ต้องวัดจากตัวแปรสังเกตได้หลายตัวแปรร่วมกัน ประกอบกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาคำนี้เพื่อศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวแปรแฝงร่วมกัน การใช้โมเดลทางสถิติที่สามารถประยุกต์ใช้ในการหาค่าตอบของงานวิจัยที่ศึกษาตัวแปรที่เป็นข้อเท็จจริงหลายตัวแปรพร้อมกันได้

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.5) และเพศชาย (ร้อยละ 26.5) โดยมีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 50 ปริญญาโทร้อยละ 65 และสูงกว่าปริญญาโทร้อยละ 2 และมีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีร้อยละ 22.2 ประสบการณ์ทำงาน 6-10 ปี ร้อยละ 19.7 ประสบการณ์ทำงานระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 21.4 และประสบการณ์ทำงานมากกว่า 16 ปีขึ้นไปร้อยละ 36.8 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานในวิชาชีพเหมาะสมกับการเป็นผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	1	2	3
1. ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี	4.3504	0.4303	1	0.300***	0.630***
2. ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี	4.4594	0.9180	0.300***	1	0.154*
3. ประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย	4.3248	0.4725	0.630***	0.154*	1

***p<.01 **p<.05 *p<.0.1

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบพบว่า ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี (0.300) และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย (0.630) ในขณะที่ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย (0.154)

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์

ตารางที่ 4 แสดงข้อคำถามและคะแนนมาตรฐานของแต่ละข้อคำถาม

องค์ประกอบ	ข้อคำถาม	Standardized Coefficient
ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี	1. ท่านสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในการปรึกษาหารือกันเพื่อแก้ไขปัญหา	0.788
	2. ท่านมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่มีวัฒนธรรมหรือความคิดเห็นที่ต่างกันได้ และสามารถทำงานในวัฒนธรรมที่ต่างกันได้ดี	0.739
	3. ท่านสามารถเจรจาเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ยอมรับได้ในสถานการณ์ทางวิชาชีพ	0.775
	4. ท่านสามารถนำเสนอ อภิปราย ในที่ขณะของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการพูดและเขียนเป็นทางการและไม่เป็นทางการ	0.651
ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี	1. ท่านกระตือรือร้นที่จะพัฒนาวิธีการทำงาน และเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยในการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	0.569
	2. ท่านมีความเชื่อว่าการประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยจะมีผลทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล	0.684
	3. ท่านมีความพร้อมและมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องด้านการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะช่วยให้การปฏิบัติงานในวิชาชีพดีขึ้น	0.717

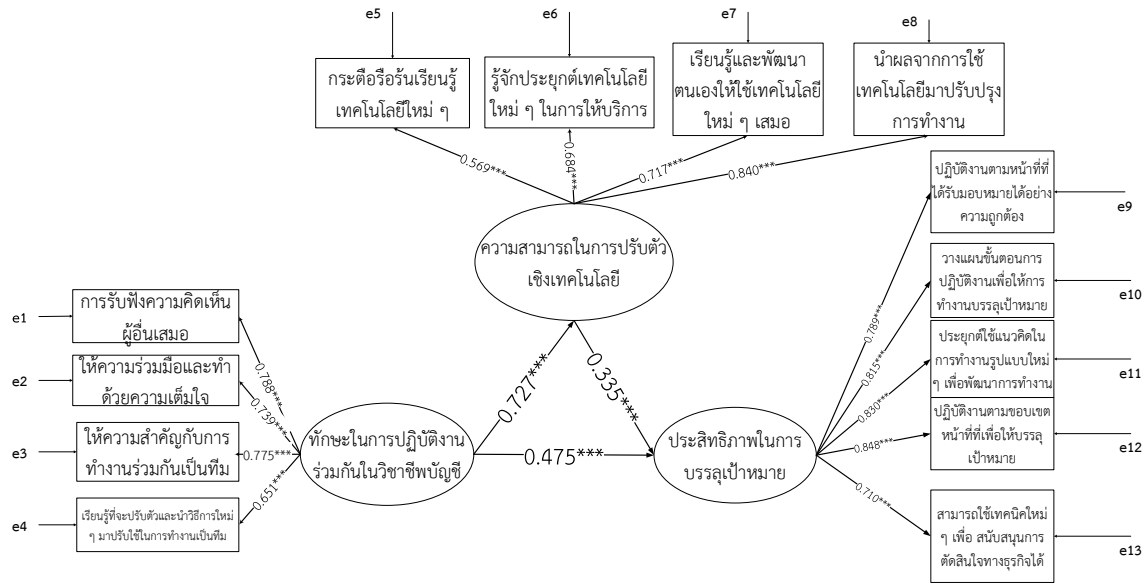
องค์ประกอบ	ข้อความ	Standardized Coefficient
	4. ท่านมุ่งมั่นในการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานมาปรับปรุงการใช้เทคโนโลยีในอนาคตเพื่อให้ได้งานที่มีปริมาณและคุณภาพที่มากขึ้น	0.840
ประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย	1. ท่านสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างความถูกต้องครบถ้วน ล่วงตามเวลาที่กำหนด และให้ผลลัพธ์ตามเป้าหมาย	0.789
	2. ท่านสามารถวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ	0.815
	3. ท่านมีการประยุกต์ใช้แนวคิดในการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย และใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า	0.830
	4. ท่านสามารถปฏิบัติงานตามขอบเขตหน้าที่ที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยคำนึงถึงกฎหมาย และมาตรฐานการปฏิบัติทางวิชาชีพ	0.848
	5. ท่านสามารถนำความรู้ทางด้านระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้	0.710

ตารางที่ 4 แสดงข้อความและค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรแฝงและความสัมพันธ์ในโมเดลนี้ด้วยคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficient) โดยพิจารณาจากโมเดลการวัดซึ่งเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่สูงจะสะท้อนถึงความเที่ยงตรงเชิงเหมือน ตัวแปรแฝงภายนอก

ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีวัดจาก 4 ตัวแปรสังเกตคือ การทำงานร่วมกับผู้อื่น การมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่น ความสามารถในการเจรจาและความสามารถในการนำเสนอและอภิปรายทักษะของตนเองโดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.651-0.788 เช่นเดียวกับตัวแปรแฝงภายในความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีซึ่งวัดจาก 4 ตัวแปรสังเกตคือ การกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การประยุกต์เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงาน ความพร้อมในพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องด้านเทคโนโลยี และการนำเทคโนโลยีมาปรับปรุงการทำงาน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.569-0.840 ตัวแปรแฝงภายในประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย วัดจาก 5 ตัวแปรสังเกตคือ ปฏิบัติงานตามที่ได้มอบหมาย การวางแผนขั้นตอนเพื่อบรรลุเป้าหมาย ประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ในการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานภายใต้ขอบเขตกฎหมายและ การประยุกต์เทคโนโลยีในการตัดสินใจได้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.710 – 0.848 เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมดทุกตัวแปรพบว่ามีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงกว่า 0.6 ซึ่งบ่งชี้ว่าโมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงในการวัด (Nunnally & Bernstein, 1994)

ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์อิทธิพล

ภาพที่ 2 ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี
ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี และประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย



สรุปผลการศึกษา

ภาพที่ 2 แสดงค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝง โดยทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี ($\beta = 0.727, P < .01$) และ ประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย ($\beta = 0.475, P < .01$) ในขณะที่ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย ($\beta = 0.335, P < .01$) ดังนั้นสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1, 2 และ 3 เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมของตัวแปรแฝงภายในพบว่า ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลรวม (Total Effect) ต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย (0.782) ตามด้วยความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี (0.628) ในขณะที่ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีมีอิทธิพลรวมต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมาย สูงสุด (0.422)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูล

ค่าที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องกับข้อมูล เชิงประจักษ์	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าที่ได้จากการศึกษา หลังปรับโมเดล
Normed chi-square (χ^2 / df)	<2.00	1.73
Goodness-of-Fit Index (GFI)	>0.90	0.930
Comparative Fit Index (CFI)	>0.90	0.945
Incremental Fit Index (IFI)	>0.90	0.947
Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)	>0.90	0.921
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	<0.10	0.08
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	<0.05	0.052

ในการศึกษาครั้งนี้ทดสอบความสอดคล้องของโมเดลที่คาดไว้กับข้อมูลเชิงประจักษ์จะพิจารณาจากค่าไคสแควร์ ($p > 0.05$) ค่าดัชนีความกลมกลืน GFI, AGFI, IFI, AGFI (ระหว่าง 0.90 – 1.00) และค่าความคลาดเคลื่อนจากค่า RMSEA (น้อยกว่า 0.08) โดยค่าสถิติในโมเดลทั้ง χ^2/df , GFI, CFI, IFI, AGFI, RMSEA ดังแสดงในตาราง 5 บ่งชี้ถึงระดับความสอดคล้องระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบโดยทุกตัวชี้วัดระบุว่ามีความสอดคล้องกัน (Byrne, 1998) โดยค่า χ^2 บ่งชี้ถึงความกลมกลืนระหว่างเมทริกซ์ค่าแปรปรวนของข้อมูลเชิงประจักษ์กับค่าแปรปรวนของโมเดลที่คาดไว้ โดยค่า χ^2/df ควรมีค่าไม่เกิน 2 ซึ่งหมายความว่าข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกับโมเดลที่คาดไว้ ค่า GFI, CFI, IFI, AGFI เป็นค่าที่ใช้ทดสอบความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลที่คาดไว้ ซึ่งค่าความกลมกลืนเหล่านี้ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.9 โดยในการศึกษาครั้งนี้ค่า GFI, CFI, IFI, AGFI มีค่ามากกว่า 0.9 ทุกดัชนี ค่า RMSEA แสดงถึงค่าเฉลี่ยของความแตกต่างหรือความไม่กลมกลืนต่อองศาอิสระ หากโมเดลที่คาดไว้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดีจะมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ การศึกษาครั้งนี้พบว่าโมเดลที่คาดไว้มีค่า RMSEA เท่ากับ 0.08 ซึ่งถือว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Byrne, 1998) อย่างไรก็ตาม ค่า SRMR ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนที่ได้จากการเปรียบเทียบเมทริกซ์ค่าแปรปรวนร่วมของโมเดลที่คาดไว้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ควรจะมีค่าเกิน 0.05 โดยงานวิจัยนี้พบว่าค่า SRMR มีค่าเท่ากับ 0.052 ซึ่งถือว่ามีความคลาดเคลื่อนระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ (Kline, 2000)

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลตามทฤษฎีกับข้อมูลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งเป็นการยืนยันว่า ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับและปรับตัวเพื่อรับเทคโนโลยีใหม่ๆ และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการให้บริการทางวิชาชีพที่มีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thapayom et al. (2018) และ Kermis & Kermis (2010) และมาตรฐานการศึกษาของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีระหว่างประเทศ (สภาวิชาชีพบัญชี, 2557) ที่ระบุว่า วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพที่ต้องอาศัยทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการทำงานร่วมกัน และผู้ประกอบวิชาชีพจำเป็นต้องมีความฉลาดทางอารมณ์ในการรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและเพื่อนร่วมงานอันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและคนรอบข้างซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายในการบริการด้านวิชาชีพแก่ผู้ใช้งบการเงิน นอกจากนี้การปรับตัวเชิงเทคโนโลยีจะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร และยังสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนากับคู่ค้าและหน่วยงานรัฐ และสามารถมีการขยายงานได้อย่างรวดเร็วและลดต้นทุน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงานด้านบัญชี

ทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพบัญชี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปรับตัวเพื่อเรียนรู้องค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จำเป็นในการประกอบวิชาชีพบัญชี เนื่องจากการประกอบวิชาชีพบัญชีมิได้เป็นการปฏิบัติงานเพียงคนเดียว แต่เป็นการร่วมมือกันปฏิบัติงานเป็นทีม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Husted & Allen (2007) และ Perks & Bar-On (2010) ที่ระบุว่า เมื่อสมาชิกในทีมมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันจะเกิดการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งสิ่งนี้จำเป็นในการปฏิบัติงานในวิชาชีพบัญชีที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลของสาธารณชนในวงกว้าง

ความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีเพื่อใช้ในด้านวิชาชีพของผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Phronlaphatrachakorn & Na Kalasindhu (2021) ที่ระบุว่าในปัจจุบันผู้ใช้ข้อมูลมีความคาดหวังข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และทันต่อการตัดสินใจ

มากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีปริมาณรายการค้าจำนวนมาก และมีความซับซ้อน และการจัดทำรายงานเงินด้วยแรงงานบุคคลเพียงอย่างเดียวอาจไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลได้ การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อช่วยในการประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจของผู้ใช้รายงานการเงินจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่าง และสอดคล้องกับข้อสังเกตของ World Economic Forum (2020) ที่ระบุว่า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการประมวลผลข้อมูลจะช่วยสนับสนุนธุรกิจให้รวบรวมข้อมูลตัวเลขทางบัญชีที่มีจำนวนมากและมีความซับซ้อนให้เป็นสารสนเทศทางการบัญชีที่สนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้รายงานการเงินได้ ซึ่งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ต้องมีความพร้อมทั้งระบบเทคโนโลยีและผู้ใช้งานด้วย

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากข้อค้นพบในแต่ละประเด็น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงวิชาการเพื่อพัฒนารายงานการวิจัยเพื่อส่งเสริมการนำค่านิยมส่วนบุคคลเพื่อพัฒนาปรับใช้กับวิชาชีพบัญชี ดังนี้

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปในอนาคต ผู้ที่สนใจในประเด็นเดียวกันนี้ ควรศึกษาเพิ่มเติมถึง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่กระทบระดับทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกันในวิชาชีพ รวมทั้งความฉลาดทางอารมณ์ของผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทักษะดังกล่าวในช่วงของการศึกษา ก่อนเข้าสู่วิชาชีพ ซึ่งถือเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพพึงมี รวมทั้งการพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในช่วงระยะการทำงานในวิชาชีพ (บัณฑิตที่จบการศึกษาและอยู่ระหว่างฝึกประสบการณ์ สอบบัญชีก่อนที่จะได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ) รวมถึงการศึกษาในประเด็นเดียวกันในอุตสาหกรรมอื่นและปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ หรืออายุที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการปรับตัวด้านวิชาชีพโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษารั้ครั้งนี้ชี้ว่าความสามารถในการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีเพื่อยอมรับและรู้จักประยุกต์เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงานปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งเทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้ในวิชาชีพบัญชี เป็นเทคโนโลยีเฉพาะทางหลายประการ เช่น Cloud accounting, Business Intelligence, Robotic Process Automation อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการเรียนรู้เทคโนโลยีเหล่านี้มักเป็นการฝึกฝนผ่านการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการหรือสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ ซึ่งมีเงินทุนในการลงทุนในเทคโนโลยีเหล่านี้ ทำให้นักศึกษาบัญชีที่ผ่านการศึกษาในหลักสูตรบัญชีบัณฑิตนั้นอาจขาดความพร้อมและความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ควรเน้นย้ำความสำคัญในการจัดการศึกษาและสอดแทรกเนื้อหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวด้านเทคโนโลยีในหลักสูตรบัญชีทั่วประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของคณะกรรมการมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศของผู้ประกอบวิชาชีพอย่างจริงจัง และควรเพิ่มข้อกำหนดในการฝึกประสบการณ์ควบคู่กับการศึกษาในหลักสูตรบัญชีเพื่อให้สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีจากการทำงานจริง เช่นเดียวกับวิชาชีพอื่นเช่น แพทย์ หรือพยาบาล ซึ่งจะช่วยให้เกิดทักษะการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานจริง

ผลการศึกษารั้ครั้งนี้ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าความสามารถในการทำงานร่วมกันในวิชาชีพที่ปลูกฝังในหลักสูตรที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์กำหนดนั้นจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของคณะกรรมการมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี การศึกษารั้ครั้งนี้จึงให้หลักฐานเชิงประจักษ์ในการสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวได้

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ ความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวัดเช่น ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ซึ่งมีค่าต่ำ ทั้งนี้ข้อคำถามทั้งหมดได้มาจากการพัฒนาแบบสอบถามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิชาชีพควบคู่กับการแปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษจึงอาจมีข้อคำถามบางข้อที่ไม่สามารถเป็นตัวแทนความสงสัยเชิงผู้ประกอบวิชาชีพของไทยที่มีบริบทวัฒนธรรมแตกต่างจากประเทศตะวันตกได้ แม้ว่าผู้วิจัยจะทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มผู้ตอบบัญชีที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างแล้วแต่ยังมีความเชื่อมั่นในระดับต่ำอยู่ นอกจากนี้แล้วสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ยังมีผลกระทบทำให้อัตราการตอบกลับไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้ง ๆ ที่อัตราการตอบกลับของงานวิจัยนี้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ข้อจำกัด คืองานวิจัยนี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงผู้ประกอบการวิชาชีพกลุ่มอื่น เช่น ผู้ตรวจสอบภายใน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ข้อจำกัดอีกประการถัดมาเรื่องประสบการณ์ทางวิชาชีพของผู้บริหารฝ่ายบัญชี เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 58.20 มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ทำให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้สะท้อนในเรื่องของผู้บริหารฝ่ายบัญชีที่มีประสบการณ์น้อยกว่า 10 ปี ซึ่งอาจจะมีผลต่อการปรับตัวเชิงเทคโนโลยีมากขึ้นเพียงไรซึ่งอาจจะเป็นการศึกษาในอนาคตต่อไป

รายการอ้างอิง

- กนกอร อรุณทวีรุ่งโรจน์. (2560). *ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี กรณีศึกษา : นักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563 เข้าถึงจาก <https://www.set.or.th/set/marketstatistics.do>
- นันทวรรณ บุญช่วย. (2563). ยุคพลิกผันทางเทคโนโลยีกับการพัฒนานักบัญชีนวัตกรรม. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(1), 15-26.
- นภารัตน์ ศรีวรรณวิทย์. (2564). Upskill และ Reskill ความท้าทายสำหรับ CFO และผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2564 เข้าถึงจาก <https://www.tf.ac.th/Article/Detail/135090>
- ปัญญาพร ศรีชนาพันธ์, ณัฐนรี ทองดีพันธ์ และสิงหา คำมูลตา. (2561). ผลกระทบของศักยภาพของนักบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11 (2), 58-70.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2557). มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2563 เข้าถึงจาก http://www.fap.or.th/st_eduit.php.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). *สร้างบริการสร้างความประทับใจ*. กรุงเทพฯ: เดช - เอน การพิมพ์.
- อนุชา ฤกษ์อม, บงกช ตั้งจิระศิลป์ และวราพรธรรม รัตนทรงธรรม. (2563). ผลกระทบของความสามารถในการปรับตัวต่อการตัดสินใจทางการบัญชีและผลการปฏิบัติงานด้านบัญชี: หลักฐานเชิงประจักษ์จากนักบัญชีในจังหวัดระยอง. *วารสารสภาวิชาชีพบัญชี*, 2(4), 15-29.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York: Wiley.
- Armstrong, J. S., and Overton, T. S. (1977). Estimating Non-response Bias in Mail Surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*, 18, 13-25.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural Equation Modeling with Lisrel, Prelis, and Simplis: Basic Concepts, Applications, and Programming*. 1th ed. New York: Psychology Press,
- DiMaggio, P. J. & Powell W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Guan, L, R., Don, H., & M. M, Mowen. (2006). *Cost Management*. 6thed. South-Western:Sout-Western CengageLearning.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.
- Husted, B.W., & Allen, D.B. (2007). Corporate Social Strategy in Multinational Enterprises: Antecedents and Value Creation. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 345–361.
- Kermis, G., & Kermis, M. (2010). Professional presence and soft skills: A role for accounting education. *Journal of Instructional Pedagogies*, 2, 1-10. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1056346.pdf>
- Kline, P. (2000). *A Handbook of Psychological Testing*. 2nd ed. London: Routledge.
- Meyer, J., W., & Rowan B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2),340-363. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2778293>
- Nelson, M. W. (2009). A Model and Literature Review of Professional Skepticism in Auditing. *Auditing. A Journal of Practice & Theory*, 28(2), 1-34.
- Nunnally, C.J, & Bernstein, H.I. (1994). *Psychometric Theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Perks, J., & Bar-On, R. (2010). *Coaching for Emotionally Intelligent Leadership*. In J. Passmore (2nd Ed.), *Coaching for leadership*. London, UK: Kogan Page, 55-74.
- Phornlaphatrachakorn, K. & Na Kakalasinthu, K. (2021). Digital Accounting, Financial Reporting Quality and Digital Transformation: Evidence from Thai Listed Firms. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(8), 409–419.
- Pishghadam, R. (2009). A Quantitative Analysis of the Relationship between Emotional Intelligence and Foreign Language Learning. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*. 6(1), 31–41. Retrieved from <https://e-flt.nus.edu.sg/wp-content/uploads/2020/09/v6n12009/pishghadam.pdf>
- Pulakos, E. D., Arad, S., Donovan, M. A., & Plamondon, K. E. (2000). Adaptability in the workplace: Development of a taxonomy of adaptive performance. *Journal of Applied Psychology*, 85: 612–624. DOI: 10.1037/0021-9010.85.4.612.

- Vera-Mun˜oz, S.C., Ho, J.L., & Chow, C.W. (2006). Enhancing Knowledge Sharing in Public Accounting Firms. *Accounting Horizons*, 20 (2): 133–155.
- Thapayom, A., Ussahawanitchakit, P., & Boonlua, S. (2018). Effect of Emotional Intelligence Orientation on Audit Sustainability of Certified Public Accountants (CPAs) in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 10(3), 1-16.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1983). Agency problems, auditing, and the theory of the firm: Some evidence. *Journal of Law and Economics*, 613-633.
- World Economic Forum. (2020). The Future of Jobs Report 2020. Retrieved From http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf



Journal of Modern Management Science

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>



Approved by TCI during

ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

The Modern Business Management Factors Affecting Operating Results of the Hotel Business in the Eastern Economic Corridor of Thailand (EEC)

ธันยนันท์ สมบูรณ์รัตน์โชค^{1*}

Thunyanan Sombunrattanachoke^{1*}

Article Information

Received: Sep 28, 2021

Revised: Jan 21, 2022

Accepted: Mar 6, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการบริหารธุรกิจแนวใหม่และผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจโรงแรม ในขณะที่เดียวกันก็ศึกษาถึงปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม รวมถึงเปรียบเทียบผลของระดับมาตรฐานและระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมระดับ 3-5 ดาว 5 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม 268 ชุด สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ Multiple Regression Analysis และ Two-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า บริบทด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม แบ่งออกเป็น 5 บริบท คือ การบริหารการตลาด การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ และการขับเคลื่อนองค์กร ในขณะที่บริบทด้านผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม แบ่งออกเป็น 4 บริบท คือ ประสิทธิภาพตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและการพัฒนาองค์กร ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การบริหารการตลาด และการบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ ในขณะที่ ระดับมาตรฐานและระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยผลการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและสมาคมโรงแรมไทย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมสามารถประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพได้

¹ สาขาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

คำสำคัญ: การบริหารธุรกิจแนวใหม่ ผลลัพธ์การดำเนินงาน ธุรกิจโรงแรม เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

Abstract

The objectives of this research are study the contexts of modern business management and operational results of the hotel business. Meanwhile, studying the modern business management factors affecting the operational results of the organization with comparing the results of the standard level and operating times of the hotel with the relationship between the modern business management factors of the hotel business and the operational results of the organization. The researchers used in-depth interviews with 5 of top executives of 3-5-star hotels and quantitative data were collected using 268 questionnaires. The statistics used for the analysis were multiple regression analysis and two-way ANOVA.

The results showed that 1) the context of the modern business management factors of the hotel business was divided into 5 contexts including marketing management, strategic management, human resource management, quality organizational management, and driving the organization. On the other hand, the context of operational results of the hotel business divided into 4 contexts including effectiveness according to the organizational strategic plan, service quality, operational efficiency, and organizational development. The modern business management factors that affect operational results in the hotel business are marketing management and quality organizational management. While the standard level and the operating time of the hotels, there was no effect on the relationship between the modern business management factors of the hotel business with the results of operations of the organization. According to the results of study, hotel business operators and Thai hotels association can be utilized to develop various factors that contribute to the success and efficiency of the hotel business.

Keywords: Modern Business Management, Operational Results, Hotel Business, Eastern Economic Corridor (EEC)

บทนำ

หลายปีที่ผ่านมา การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีความรุนแรงมากขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการและจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันก็ต้องเผชิญความท้าทายจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมากจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้รายได้จากการดำเนินธุรกิจโรงแรมหรือการเติบโตชะลอตัวลงได้ในภาพรวม ซึ่งจากผลการศึกษาของ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) (2564) เกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศหยุดชะงัก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา มีจำนวนเพียง

6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน หรือลดลงกว่าร้อยละ 83.2 ทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2563 มีเพียง 332,013 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก 1,911,808 ล้านบาท ในปี 2562 กว่าร้อยละ 82.6 และหากพิจารณาอัตราการเข้าพักแรมในปี 2563 เทียบกับอัตราการเข้าพักแรมในช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่าอัตราการเข้าพักแรมหดตัวอย่างมาก โดยเฉพาะเดือนเมษายนถึงมิถุนายน 2563 ซึ่งมีอัตราเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 2.26, 3.83 และ 13.43 ส่งผลให้ผลประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมลดลงกว่าร้อยละ 80 ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมที่มีสภาพคล่องต่ำบางรายอาจแบกรับภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินไม่ไหว ต้องตัดสินใจยุติการดำเนินธุรกิจไปในที่สุด

จากผลการศึกษาของอนุชิตา ชินศิริประภา (2564) พบว่า การท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ได้รับผลกระทบและประสบกับปัญหาการเดินทางของนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก รวมถึงการประชุมสัมมนาการจัดเลี้ยงต่าง ๆ และอัตราการเข้าพักแต่ละที่เหลืออยู่ไม่ถึงร้อยละ 10 หรือบางแห่งเป็นศูนย์เพราะถูกสั่งปิดจากการลือคตาวาน ผู้ประกอบการขาดทุน พนักงานตกงาน ประชาชนขาดกำลังซื้อ หลายโรงแรมต้องปิดให้บริการเพื่อหยุดภาระค่าใช้จ่าย หลายโรงแรมต้องปรับตัวพร้อมทั้งหารายได้เสริมจากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง บางรายต้องปรับเป็นสถานที่กักตัวนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่มีความเสี่ยงจากการสัมผัสผู้ติดเชื้อ รวมถึงการขายอาหารออนไลน์ เพื่อให้มีรายได้มาเป็นค่าใช้จ่ายและเลี้ยงดูพนักงาน แต่เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมยังคงสามารถที่จะอยู่รอดและดำเนินการต่อไปได้ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ ผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วนทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ แนวคิดการบริหารธุรกิจแนวใหม่จึงถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในธุรกิจโรงแรม (Cambalikova, 2021) ซึ่งจากผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การบริหารธุรกิจแนวใหม่จะเกี่ยวข้องและมุ่งเน้นด้านการบริหารองค์กรที่เป็นเลิศ ทั้งด้านการบริหารการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ ทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพองค์กรที่มีและการขับเคลื่อนองค์กร (Drucker, 2016; Anderson, 2014; Turner, 2014; Cohan, 2014) สำหรับธุรกิจโรงแรมแล้ว การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจได้อย่างเป็นรูปธรรม คือปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันและอนาคต ถึงแม้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจะมีหลายปัจจัย เช่น หากราคาค่าบริการใกล้เคียงกัน ลูกค้าส่วนใหญ่ก็มักจะเลือกใช้บริการที่มีมาตรฐานที่สูงกว่า มีความเก่าแก่และเปิดมายาวนาน เพราะมีภาพลักษณ์หรือความน่าเชื่อถือที่ดีกว่า จึงอาจจะส่งผลให้โรงแรมที่ระดับมาตรฐานต่ำกว่าหรือเปิดมาไม่นาน อาจจะไม่สามารถแข่งขันได้และล้มหายตายจากไปในที่สุด แต่ในสภาวะปัจจุบันภายใต้เงื่อนไขที่ยากต่อการคาดเดาได้ เช่น การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็อาจส่งผลให้รูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมเปลี่ยนไปได้เช่นกัน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), 2564)

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจโรงแรมจึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์ทั้งทางด้านการบริหารจัดการองค์กรและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้มีศักยภาพมากพอและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดเดียวกันได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับนโยบายการบริหารประเทศในยุคปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการบริหารของธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานในธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยให้มีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการโรงแรมให้สูงขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องการที่จะพิสูจน์ให้เห็นว่าระดับมาตรฐานของโรงแรม รวมถึงระยะเวลาของการเปิดดำเนินการ จะมีผลต่อความสัมพันธ์ของการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลการดำเนินงานของโรงแรมในยุคนี้หรือไม่ อย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้นี้ส่งต่อไปยังผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กร ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการรองรับและเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายบริหารประเทศด้านเศรษฐกิจและสังคมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบริบทการบริหารธุรกิจแนวใหม่และผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบผลของระดับมาตรฐานของโรงแรมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย
4. เพื่อเปรียบเทียบผลของระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจแนวใหม่

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ พบว่า การบริหารธุรกิจแนวใหม่จะมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกัน ก็มองคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าให้เกิดกับองค์กร (Beder, 2016) โดยปัจจัยที่มีความสำคัญในการบริหารธุรกิจแนวใหม่แบ่งออกเป็นปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย มีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการบริหาร ประกอบด้วย การบริหารการตลาด การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพและการขับเคลื่อนองค์กร 2) ปัจจัยด้านลูกค้า ประกอบด้วย ความต้องการของลูกค้าและการสื่อสารในองค์กรและกับลูกค้า 3) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วย การทำงานเป็นเครือข่าย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการเป็นองค์กรโลกาภิวัตน์ และ 4) ปัจจัยด้านการจัดการกระบวนการ ประกอบด้วย การเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงภาวะผู้นำ การจัดการระบบและกระบวนการและการสร้างแรงจูงใจ (Meyer, 2004; Drucker, 2016; Hoy and Sweetland, 2000; Bradley and McDonald, 2011; Anderson, 2014; Turner, 2014; Cohan, 2014) ซึ่งจากผลการศึกษาของ ธนอมศิลป์ จันตนาภิกุลและคณะ (2561) พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรแบบใหม่ สามารถส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทำให้ธุรกิจโรงแรมอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมและสังเคราะห์งานวิจัยด้านผลการดำเนินงานขององค์กร สรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร แบ่งออกเป็น 4 ด้าน มีดังนี้ 1) ประสิทธิภาพตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร มุ่งเน้นการลดต้นทุนการปฏิบัติงานและใช้ทรัพยากรที่มีในองค์กรอย่างคุ้มค่า 2) คุณภาพการให้บริการ มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย 3) ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน มุ่งเน้นการลดความซับซ้อนของกระบวนการ โดยจะต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงานและผลที่เกิดขึ้นกับองค์กรและสังคม และ 4) การพัฒนาองค์กร มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อความเป็นเลิศอยู่เสมอ รวมถึงการขยายผลสิ่งที่เป็นประโยชน์โดยการจำแนกผลลัพธ์ในการปฏิบัติที่ดีขึ้นอันเนื่องมาจากมิติต่างๆ โดยมีการแยกผลในแต่ละมิติ (Linder and Brooks, 2004; Jupp and Younger, 2004; Kaplan and Norton, 2001) ในขณะที่ตัวแปรกำกับ คือ ระดับมาตรฐานโรงแรมและระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย, 2564) ซึ่งจากการศึกษาของ ปุณณพร บุญรังสีและประสพชัย พสุนนท (2561) พบว่า ลูกค้าจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมใน

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป ด้านห้องพัก มาตรฐานบุคลากรและการบริการตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบด้านการได้รับรางวัลหรือชื่อเสียงจากการเปิดมาอย่างยาวนานมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อยที่สุด ในขณะที่ มารวย วิทยายุทธนากุล (2560) พบว่า ประสบการณ์การของโรงแรมปัจจุบัน แตกต่างกัน มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 1 มีปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย

ระดับมาตรฐานโรงแรม (Standard rating)

ระดับมาตรฐานโรงแรมโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (อรรถิกา พังงา, 2553)

1. โรงแรมระดับหนึ่งดาว (1 Star hotel) หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ มีห้องน้ำในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพัก บรรยากาศเป็นกันเอง
2. โรงแรมระดับสองดาว (2 Star hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับหนึ่งดาว ห้องพักกว้างขึ้น มีห้องน้ำในตัว อาหารมีครบครัน ไม่บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับแขกภายนอก
3. โรงแรมระดับสามดาว (3 Star hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้างขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก
4. โรงแรมระดับสี่ดาว (4 Star hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะอาดสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง
5. โรงแรมระดับห้าดาว (5 Star hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูหรามีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือ ทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ผู้วิจัยเลือกใช้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างระดับมาตรฐาน 3-5 ดาว โดยใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยของธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2564) ที่พบว่า แนวโน้มธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นการขยายจำนวนโรงแรมระดับกลาง (3-4 ดาว) ขณะที่โรงแรมระดับ 5 ดาวทั้งจากเครือโรงแรมไทยและต่างชาติ ทั้งร่วมทุนและรับบริหารโรงแรม ยังมีการลงทุนต่อเนื่องในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แสดงว่า กลุ่มโรงแรมเหล่านี้ยังคงมีศักยภาพที่จะขยายธุรกิจและมีการลงทุนจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของไทย

สมมติฐานที่ 2 ระดับมาตรฐานของโรงแรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย แตกต่างกัน

ระยะเวลาดำเนินการกับผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม

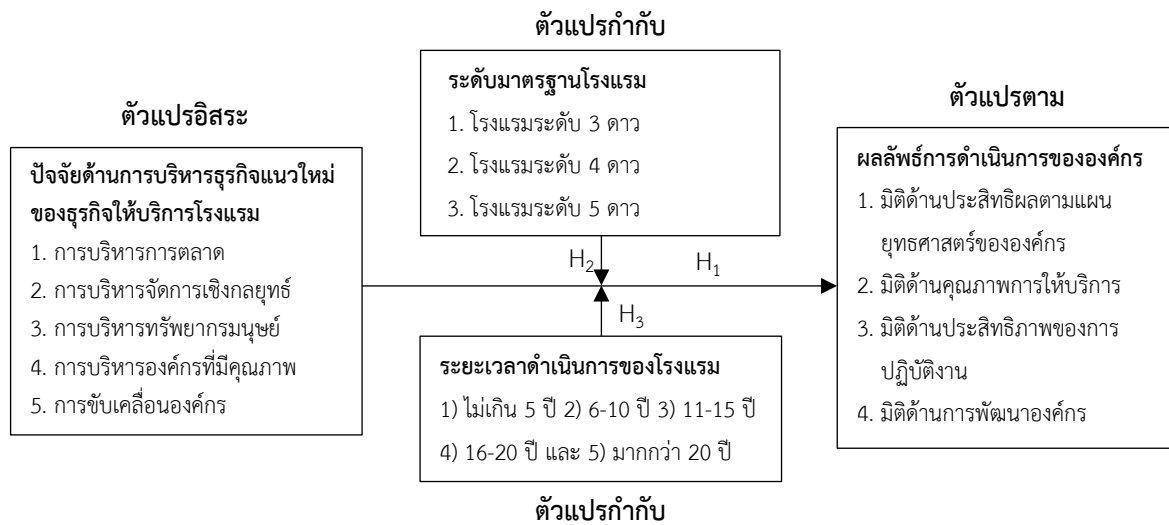
จากผลการศึกษาของ LI BO (2016) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน โดยมองว่าโรงแรมที่เปิดมานานกว่าจะมีนักท่องเที่ยวรู้จักและเลือกใช้บริการมากกว่าโรงแรมที่เปิดใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Avcikurt et al. (2011) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สำคัญในการรับรู้และเลือกใช้บริการ คือ ชื่อเสียง ระยะเวลาดำเนินการ อินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพการบริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกโรงแรมจากราคา ความมีชื่อเสียงที่สะสมมาหลายปี ความปลอดภัย คุณภาพและการบริการ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Alvarez-Ferrer et al. (2017) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญในธุรกิจโรงแรมต่าง ๆ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการมานานหรือที่ตั้ง ทำให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จได้มากกว่าโรงแรมที่เปิดใหม่

และไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า สอดคล้องกับ Langviniene and Daunoraviciute (2015) ความสำเร็จของธุรกิจมาจากรูปแบบของการต้อนรับบนพื้นฐานของการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ในการดำเนินกิจการมาอย่างยาวนาน และสร้างคุณค่าจากบริการที่มีคุณภาพ

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบประสานวิธี (Mixed Methodology) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research)

1. **ผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก** ได้แก่ ตัวแทนผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 5 คน โดยเป็นผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมระดับ 3 จำนวน 2 คน 4 ดาว จำนวน 2 คน และ 5 ดาว จำนวน 1 คน

2. **เครื่องมือวิจัย** ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ศึกษาระเบียบวิธีวิจัย ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้างที่แน่นอน (Structured Interview)

3. **การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ใช้การตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เพื่อหาค่าความสอดคล้องและความตรงของเนื้อหาด้วยค่า Index of Item Objective Consistency (IOC) โดยพิจารณาจากค่า IOC ที่มากกว่า 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli and Hambleton, 1977) จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของสิ่งที่ต้องการวัด โดยผลการหาค่า IOC ของคำถามในแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีค่าตั้งแต่ 0.60 ถึง 1.00 หลังจากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขและการ

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และนำส่งแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ปรับปรุงแล้วไปยังคณะกรรมการจริยธรรมเพื่อพิจารณาและให้ความเห็น หลังจากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) โดยการจำแนกเป็นรายบุคคลแยกตามประเด็นคำถาม ทำการสังเคราะห์และจัดกลุ่มประเด็นสำคัญ เพื่อนำไปสู่การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนผู้บริหารระดับสูงของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 3-5 ดาว ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย จำนวนรวมทั้งหมด 816 โรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย, 2564) คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ได้ 268 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) แบ่งตามจังหวัดและระดับมาตรฐานโรงแรม หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ว่าต้องเป็นผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป เน้นด้านการตลาด ทรัพยากรมนุษย์และลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 268 ชุด แต่ได้คืนกลับมา 258 ชุด และมีแบบสอบถาม 3 ชุดที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น จึงมีเพียงแบบสอบถามจำนวน 255 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 95.15 ที่สมบูรณ์และสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ผลในขั้นตอนต่อไปได้

2. เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นตัวแทนผู้บริหารระดับสูงของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 3-5 ดาว ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale)

3. การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้การตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เพื่อหาค่าความสอดคล้องและความตรงของเนื้อหาด้วยค่า Index of Item Objective Consistency (IOC) โดยพิจารณาจากค่า IOC ที่มากกว่า 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli and Hambleton, 1977) โดยผลการหาค่า IOC ของคำถามในแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการวิจัยครั้งนี้ พบว่ามีค่าตั้งแต่ 0.60 ถึง 1.00 หลังจากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขและการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยทำการทดสอบ (Try out) จำนวน 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยใช้ สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ที่ค่าไม่น้อยกว่า 0.7 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, Black, Babin, Alderson & Tatham (2006) ที่กล่าวว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลของการวิเคราะห์ Cronbach's Alpha สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า Cronbach's Alpha if item delete ของตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	Cronbach's Alpha if item delete
1. ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม	
1.1 การบริหารการตลาด	0.951
1.2 การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์	0.951
1.3 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	0.949
1.4 การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ	0.949
1.5 การขับเคลื่อนองค์กร	0.948

ตัวแปรที่ศึกษา	Cronbach's Alpha if item delete
2. ผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร	
2.1 ด้านประสิทธิผลตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร	0.948
2.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ	0.949
2.3 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน	0.947
2.4 ด้านการพัฒนาองค์กร	0.952

หลังจากนั้นจึงนำเสนอแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปยังคณะกรรมการจริยธรรมเพื่อพิจารณาและให้ความเห็น หลังจากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็น จำนวน 268 ชุด แล้วใช้การลงรหัสข้อมูลเพื่อเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณที่ทำการศึกษา ประกอบไปด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย

4.2.1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม กับผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร

4.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-way ANOVA) สำหรับสำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างระดับมาตรฐานและจำนวนปีที่เปิดดำเนินการ ต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมกับผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทการบริหารธุรกิจแนวใหม่และผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยในปัจจุบัน

1. บริบทด้านปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยในปัจจุบัน จากผลการศึกษาพบว่า การบริหารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสำคัญกับองค์กรมากถึงมากที่สุด โดยในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลางถึงดี แต่ต้องพัฒนาการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันองค์กรมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับพอใช้จนถึงดี การพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะส่งผลให้มีการปรับปรุงแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน และยืดหยุ่น ส่วนการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันองค์กรมีประสิทธิภาพปานกลางจนถึงดี ซึ่งต้องมีการปรับปรุงแก้ไขหลายส่วน ต้องมีการพัฒนาบุคลากรทั้งในด้านการให้บริการ การประชาสัมพันธ์การตลาดมากกว่านั้น การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ ปัจจุบันคุณภาพการบริหารองค์กรอยู่ในระดับปานกลางถึงดี และการพัฒนาด้านการบริหารองค์กรอย่างต่อเนื่องมีความจำเป็น เพราะจะช่วยให้เกิดการปรับปรุงการบริหารองค์กรอยู่เสมอ ส่วนการขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงในตลาด

ตารางที่ 2 นำหนักตัวแปรปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม

ปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม	ผลการวิเคราะห์		แปลผล
	Mean	SD	
การบริหารการตลาด	3.589	0.312	มาก
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์	3.595	0.393	มาก
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3.571	0.512	มาก
การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ	3.544	0.519	มาก
การขับเคลื่อนองค์กร	3.566	0.710	มาก

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า ระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมทั้ง 5 ด้าน มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของความเห็นสูงสุด คือ ด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เท่ากับ 3.595 และค่า S.D. เท่ากับ 0.393 ในขณะที่ ค่าเฉลี่ยของความเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ เท่ากับ 3.544 และค่า S.D. เท่ากับ 0.519 จะเห็นได้ว่าปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญมากกับองค์กร การพัฒนาด้านการบริหารจัดการทั้ง 5 ด้าน อย่างต่อเนื่อง การนำการตลาดดิจิทัลเข้ามาเป็นตัวช่วยในการทำการตลาด จะส่งผลให้มีการปรับปรุงแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน มีความยืดหยุ่น โดยที่คนในองค์กรต้องให้ความร่วมมือกัน ซึ่งจากปัญหาที่ผู้ประกอบการโรงแรมต้องประสบอยู่คือจำนวนของนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมากในช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ถึงแม้จะไม่สามารถสร้างกำไรและเติบโตจากผลประกอบการได้มากมายเช่นในอดีตก็ตาม สอดคล้องกับแนวคิดของ Meyer (2004) ที่ค้นพบว่า ธุรกิจสมัยใหม่จะมุ่งเน้นด้านการตลาด โดย เริ่มต้นจากความต้องการของตลาดและโครงสร้างของอุตสาหกรรม การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม เน้นกลยุทธ์เพื่อไปสู่ความได้เปรียบ ยุทธวิธีการแสวงหาทรัพยากรที่จำเป็น อำนาจในการต่อรองและการจัดอุปสรรคต่าง ๆ ในขณะที่ Drueker (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพในยุคสมัยใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า จะต้องคำนึงถึงการบรรลุเป้าหมาย การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การปฏิบัติตามคำสั่งอย่างมุงานะและด้วยความพยายาม การประจําองค์กรมีบทบาทสำคัญ ส่งเสริมให้เกิดวิสัยทัศน์และสายตาวางไกล ส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตและความมั่งคั่งในระดับชาติ

2. บริบทด้านผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร จากผลการศึกษาพบว่า แผนยุทธศาสตร์ขององค์กรมีความสำคัญกับประสิทธิภาพต่อองค์กรอย่างมาก เพราะสามารถกำหนดทิศทางขององค์กรได้ มุ่งเน้นที่จะสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้า รวมถึงการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่คุณภาพการให้บริการของโรงแรม มีเป้าหมายชัดเจนและมีกระบวนการทำงานหรือการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า จะสามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากกว่านั้นประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานเกิดจากการมีขั้นตอนและกระบวนการทำงานที่ชัดเจนหรือมีแนวทางในการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน มีความยืดหยุ่นสูง ในส่วนของการพัฒนาองค์กรในทุก ๆ ด้าน มีเป้าหมายภายใต้แผนงานที่ชัดเจนสามารถประสบความสำเร็จได้ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระดับพอใช้ถึงดี โดยสามารถสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้

ตารางที่ 3 น้ำหนักตัวแปรผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร

ผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร	ผลการวิเคราะห์		แปลผล
	Mean	SD	
มิติด้านประสิทธิผลตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร	3.588	0.543	มาก
มิติด้านคุณภาพการให้บริการ	3.589	0.532	มาก
มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน	3.577	0.387	มาก
มิติด้านการพัฒนาองค์กร	3.575	0.371	มาก

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปได้ว่า ระดับค่าเฉลี่ยของผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรทั้ง 4 ด้าน มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของความเห็นสูงสุด คือ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ เท่ากับ 3.589 และค่า S.D. เท่ากับ 0.532 ในขณะที่ ค่าเฉลี่ยของความเห็นน้อยที่สุด คือ มิติด้านการพัฒนาองค์กร เท่ากับ 3.577 และค่า S.D. เท่ากับ 0.387 จะเห็นได้ว่าผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรมีความสำคัญมาก ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานที่ดีและต่อเนื่อง จะสามารถสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าและสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้นได้ ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ได้ทำให้ผลลัพธ์การดำเนินงานของโรงแรมลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของผลประกอบการ การขับเคลื่อนองค์กร การพัฒนาคุณภาพการบริการ รวมไปถึงความสามารถทางการแข่งขันในตลาด ซึ่งการบริหารจัดการองค์กรแบบดั้งเดิม แนวคิด กลยุทธ์และการนำเสนอการบริการในแบบเดิม ๆ อาจจะไม่สามารถนำพาองค์กรให้อยู่รอดและดำเนินงานต่อไปได้ การบริหารธุรกิจสมัยใหม่จึงเป็นแนวทางที่จะช่วยให้การปรับตัวขององค์กรสามารถทำได้อย่างสมดุลและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน สอดคล้องกับ Aquinas (2007) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการบริหารธุรกิจยุคใหม่ ซึ่งพบว่าผู้บริหารธุรกิจสมัยใหม่จะต้องมีความมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับระบบ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลลัพธ์ ผลสะท้อนและสิ่งแวดล้อม มีการขับเคลื่อนกระบวนการที่มีความเชื่อมโยงกับโครงสร้างในองค์กร การมีระบบบริหารที่หลากหลายระดับและหลายมิติ การสร้างแรงจูงใจที่หลากหลายให้กับสมาชิกในองค์กร ในขณะที่ Anderson (2014) ก็มีความเห็นไปในทางเดียวกันว่า องค์กรทางธุรกิจสมัยใหม่จะต้องมีการตัดสินใจที่ดี มีวิวัฒนาการด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรในทางที่ดี มีการประเมินความเสี่ยงในธุรกิจอยู่เสมอ การจัดการระบบแบบเมทริกซ์ มีความคล่องตัวในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ และมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารองค์กรอยู่เสมอ

3. ระดับมาตรฐานโรงแรมในปัจจุบัน อาจจะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมและผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะมีอิทธิพลในทุกกรณีเสมอไป เพราะอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น มาตรฐานการบริหารองค์กร ทีมผู้บริหาร คุณภาพของพนักงาน เป็นต้น โดยอาจมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารธุรกิจแนวใหม่และผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกกรณีเสมอไป เพราะอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น มาตรฐานการบริหารองค์กร ทีมผู้บริหาร คุณภาพของพนักงาน เป็นต้น ซึ่งจากแนวโน้มผลประกอบการของธุรกิจโรงแรมที่ลดลงอย่างมากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า นอกจากสาเหตุหลัก ๆ ที่มาจากผลกระทบจากโควิด-19 และจำนวนของนักท่องเที่ยวที่ลดลงแล้ว รูปแบบการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของลูกค้าก็เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์ในปัจจุบัน ลูกค้าที่จำเป็นต้องตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจะใช้เวลาและเงื่อนไขร่วมด้านต่าง ๆ ในการตัดสินใจมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับสิ่งที่ดีที่สุด มีความเสี่ยงต่อการติดโรคน้อยที่สุด และคุ้มค่างกับเงินมากที่สุด ระดับมาตรฐานโรงแรมจึงเป็นปัจจัย

สำคัญอีกหนึ่งปัจจัยที่ถูกนำมาเป็นเงื่อนไขในการตัดสินใจ ซึ่งเมื่อในตลาดโรงแรมมีตัวเลือกในจำนวนที่มาก ในขณะที่ลูกค้ามีจำนวนน้อย ลูกค้าก็ย่อมมีทางเลือกที่หลากหลาย เพื่อให้ได้สิ่งที่ตนต้องการและคุ้มค่างบเงินที่ต้องเสียไปเสมอ ดังนั้น หากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมไม่สามารถปรับปรุง พัฒนา หรือรักษามาตรฐานและคุณภาพการบริการเอาไว้ได้ ก็ย่อมทำให้ความสามารถทางการแข่งขันมีน้อยกว่าคู่แข่งในตลาดอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ และอาจจะส่งผลกระทบต่อรวมขององค์กรได้ สอดคล้องกับ Steve and Cook (1995) ที่ชี้ให้เห็นว่าการเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโดยส่วนใหญ่นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและความต้องการส่วนบุคคลแล้ว คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน คุณค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการรวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ความรวดเร็วในการให้บริการ

4. ระยะเวลาในการดำเนินงานของโรงแรมในปัจจุบัน อาจจะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารธุรกิจแนวใหม่และผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของโรงแรมจะมีอิทธิพลในทุก ๆ กรณี เพราะอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย โดยระยะเวลาในการดำเนินงานของโรงแรม อาจจะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารธุรกิจแนวใหม่และผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุก ๆ กรณี เพราะอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย ซึ่งจากผลกระทบที่เกิดจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2562 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบอย่างหนัก ส่วนแบ่งในตลาดนักท่องเที่ยวมีน้อยจนอาจทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่สามารถไหว้วางใจได้ เงื่อนไขบางประการในการตัดสินใจเลือกโรงแรมของลูกค้าจึงมีความสำคัญมากขึ้นในสถานการณ์เช่นนี้ เช่น ลูกค้าบางรายอาจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เปิดมาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือมากกว่าที่จะพิจารณาโรงแรมที่เปิดใหม่ ถึงแม้จะมีค่าบริการและคุณภาพการบริการที่ใกล้เคียงกันเพียงใดก็ตาม ซึ่งถ้าหากลูกค้าส่วนใหญ่มีแนวคิดอย่างนี้ ก็จะเป็นการปิดโอกาสของโรงแรมที่เปิดใหม่และอาจทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Krutz and Clow (1998) ซึ่งกล่าวว่า คุณภาพการให้บริการนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการให้บริการและจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น คุณภาพการให้บริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินงานอาจไม่ใช่ปัจจัยเพียงปัจจัยเดียวที่ทำให้การบริหารธุรกิจและผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรเปลี่ยนแปลงไป แต่อาจจะส่งผลในรายละเอียดหรือระยะยาวต่อผลประกอบการได้

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย

ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร คือ การบริหารการตลาด และการบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ($VIF < 10$) ค่าความแปรปรวน (F) ของข้อมูลระหว่างกลุ่มมีค่าเป็น 5.143 เท่า ของค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม โดยค่า ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยและผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 30.60 และตัวแปรอิสระสามารถจัดความผิดพลาดที่เกิดจากการพยากรณ์ตัวแปรตามได้เพียง

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 มีปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.496	0.254		9.811	0.000		
การบริหารการตลาด	0.163	0.044	0.230	3.735*	0.000	0.958	1.044
การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ	0.069	0.027	0.161	2.509*	0.013	0.879	1.138

P-value < 0.05, R = 0.306, R² = 0.094, Adjusted R² = 0.075, F-ratio = 5.143

ร้อยละ 9.40 จากการที่ปัจจัยด้านการบริหารของธุรกิจแนวใหม่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานในธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยในแต่ละด้าน คือ การบริหารการตลาด และการบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ โดยที่การปรับตัวของผู้ประกอบการตามแนวคิดการบริหารจัดการสมัยใหม่ จะช่วยให้สามารถบรรเทาผลกระทบที่เกิดจากจำนวนลูกค้าลดลงได้ ซึ่งจะเป็นความพยายามที่ผู้ประกอบการโรงแรมจะต้องฝ่าวิกฤตการณ์ครั้งนี้ไปได้ สอดคล้องกับ Drueker (2016) ที่ค้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การบริหารการตลาด การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ และการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งปัจจัยหลัก ๆ เหล่านี้ เป็นปัจจัยที่สำคัญในส่วนของการบริหารองค์กรสมัยใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Cohan (2014) ที่พบว่า รูปแบบของธุรกิจในปัจจุบันเน้นเรื่องใช้การประมวลผลแบบย้อนกลับ รวบรวมความต้องการของลูกค้า การบริหารการตลาด เช่น การลดราคาหรือกลยุทธ์ด้านราคา จะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไร การจัดตั้งธุรกิจแฟรนไชส์ที่ทันสมัย นำเสนอผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงที่สุดที่เป็นไปได้ มีการมอบหมายให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลโดยตรง เช่นเดียวกับ Meyer (2004) ที่ค้นพบว่า ธุรกิจสมัยใหม่จะต้อง เน้นทรัพยากรด้านการตลาด โอกาสที่จะขับเคลื่อนองค์กรมาจากผู้เกี่ยวข้องภายนอก เริ่มต้นจากความต้องการของตลาดและโครงสร้างของอุตสาหกรรม การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม เน้นกลยุทธ์เพื่อไปสู่ความได้เปรียบ และยุทธวิธีการแสวงหาทรัพยากรที่จำเป็น และอำนาจในการต่อรองและการจัดอุปสรรคต่าง ๆ **จึงยอมรับสมมติฐาน H₁**

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบผลของระดับมาตรฐานของโรงแรมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย

ผลการศึกษาพบว่า ระดับมาตรฐานของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรทั้ง 4 มิติ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างระดับมาตรฐานของโรงแรม กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรในทุกมิติ

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับมาตรฐานของโรงแรมคำนวณ F-test ได้ 0.727 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.485 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ แสดงว่า ระดับมาตรฐานของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างระดับมาตรฐานของโรงแรมและปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่คำนวณค่า F-test ได้ 0.544 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.969 ซึ่งมีค่ามาก

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ระดับมาตรฐานของโรงแรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย แตกต่างกัน

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	2.356a	54	0.044	0.871	0.720
Intercept	803.057	1	803.057	16041.942	0.000
ระดับมาตรฐาน	0.073	2	0.036	0.727	0.485
ปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่	1.597	25	0.064	1.276	0.180
ระดับมาตรฐาน * ปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่	0.735	27	0.027	0.544	0.969
Error	10.012	200	0.05		
Total	3284.847	255			
Corrected Total	12.368	254			

*P-value < 0.05, Dependent Variable: Organization result, $R^2 = 0.190$, Adjusted $R^2 = 0.028$

กว่า 0.05 แสดงว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างระดับมาตรฐานของโรงแรม กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร ซึ่งระดับมาตรฐานของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร และไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างระดับมาตรฐานของโรงแรมกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจากผลกระทบจากโควิด-19 ลูกค้าที่จำเป็นต้องตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจะใช้ความละเอียดและเงื่อนไขร่วมด้านต่าง ๆ ในการตัดสินใจมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับสิ่งที่ดีที่สุด มีความเสี่ยงต่อการติดโรคน้อยที่สุด และคุ้มค่ากับเงินมากที่สุด ระดับมาตรฐานโรงแรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกหนึ่งปัจจัยที่ถูกนำมาเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมจึงต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรักษาความสามารถทางการแข่งขันไว้ สอดคล้องกับ Kaplan and Norton (2001) ที่กล่าวว่า องค์กรยุคใหม่ที่มีสมรรถนะและมีความสามารถทางการแข่งขันสูง จะต้องมีคุณลักษณะเป็นเลิศทั้ง 7 มิติ หนึ่งในนั้นคือ มิติด้านผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร โดยผลลัพธ์การดำเนินงานแบ่งออกเป็น 4 มิติตามหลักการของ Balanced Scorecard คือ มิติด้านประสิทธิผลตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร มิติด้านคุณภาพการให้บริการ มิติประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน มิติด้านการพัฒนาองค์กร ดังนั้น องค์กรธุรกิจโรงแรม หากต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้ก้าวไปสู่องค์กรยุคใหม่ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพยายามสร้างผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรให้ดี ตลอดจนสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรอยู่เสมอ เช่นเดียวกับ Anderson (2014) ที่มองว่า องค์กรทางธุรกิจสมัยใหม่จะต้องมีการตัดสินใจที่ดี มีวิวัฒนาการด้านการเปลี่ยนแปลง องค์กรในทางที่ดี มีการประเมินความเสี่ยงในธุรกิจอยู่เสมอ การจัดการระบบแบบเมทริกซ์ มีความคล่องตัวในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ และมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารองค์กรอยู่เสมอ **จึงปฏิเสธสมมติฐาน H₂**

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 เพื่อเปรียบเทียบผลของระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทย กับผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร

ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรทั้ง 4 มิติ และไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ กับผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของไทยแตกต่างกัน

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3.609	68	0.053	1.127	0.264
Intercept	1006.152	1	1006.152	21366.929	0.000
ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม	1.426	25	0.057	1.211	0.234
ปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่	0.377	3	0.126	2.671	0.049
ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม * ปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่	1.748	40	0.044	0.928	0.597
Error	8.759	186	0.047		
Total	3284.847	255			
Corrected Total	12.368	254			

*P-value < 0.05, Dependent Variable: Organization result, $R^2 = 0.292$, Adjusted $R^2 = 0.033$

จากตารางที่ 6 พบว่า ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม ค่าพหุคูณ F-test ได้ 1.211 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.234 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร และปฏิสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมและปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ ค่าพหุคูณค่า F-test ได้ 0.928 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.597 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร ซึ่งระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร และไม่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจแนวใหม่ ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจากการที่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่องมาตลอด 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบอย่างหนัก ส่งผลให้กิจการโรงแรมบางรายต้องปิดกิจการลงไป ลูกค้ายบางรายอาจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เปิดมานานอย่างยาวนาน มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือก่อนโรงแรมที่เปิดใหม่และยังไม่มีที่รู้จัก ซึ่งเป็นผลเสียต่อผู้ประกอบการรายใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สอดคล้องกับ Anderson (2014) ที่มองว่า องค์กรทางธุรกิจสมัยใหม่จะต้องมีการตัดสินใจที่ดี มีวิวัฒนาการด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรในทางที่ดี มีการประเมินความเสี่ยงในธุรกิจอยู่เสมอ การจัดการระบบแบบเมทริกซ์ มีความคล่องตัวในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ และมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารองค์กรในมิติต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่นเดียวกับ Bradley and McDonald (2011) ที่มองว่า องค์กรสมัยใหม่ในธุรกิจปัจจุบันนั้นควรจะมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลมองไปข้างหน้าและให้ความร่วมมือกันอยู่เสมอ จัดทำกลยุทธ์ร่วมมือกับชุมชนจากการประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจและคุ้มครองคุณค่าความสำเร็จทางธุรกิจในบางครั้ง จึงปฏิเสธสมมติฐาน H3

การนำไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่พัฒนาพิเศษทั้งในภาคตะวันออก (EEC) หรือในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในด้านการพัฒนาปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมสามารถประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพได้

2. สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association) สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำคู่มือการพัฒนาการดำเนินงานและการให้บริการของโรงแรมในระดับ 3-5 ดาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการโรงแรมสมัยใหม่ให้สามารถดำเนินงานและให้บริการที่มีคุณภาพกับผู้ใช้บริการ เพื่อการการบรรลุเป้าหมายและประสบผลสำเร็จตามที่องค์กรได้ตั้งไว้

3. ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย สามารถนำแนวคิดด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับการจัดทำนโยบายด้านการบริหารองค์กร เพื่อมุ่งเน้นการสร้างกลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจได้ ทั้งด้านการตลาด กลยุทธ์องค์กร ทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพ และการขับเคลื่อนองค์กร

4. ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ระดับมาตรฐานและระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมไม่ได้ทำให้ความสัมพันธ์ของการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงาน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมแต่ละระดับอาจจะเป็นคนละกลุ่มกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจึงสามารถที่จะมุ่งเน้นที่ปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมในระดับของตนตามลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่ต้องกังวลว่า ระดับมาตรฐานของโรงแรมที่ต่างกันจะแย่งลูกค้ากันเอง ในขณะเดียวกันระยะเวลาดำเนินการของโรงแรมอาจเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เชื่อมโยงกับความภักดีในตราสินค้า แต่ความสัมพันธ์ของการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงาน ก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาดำเนินการของโรงแรม ผู้บริหารจึงสามารถที่จะมุ่งเน้นไปในด้านคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มากกว่าที่จะกังวลถึงความเก่าแก่ของโรงแรม เพราะโรงแรมสมัยใหม่จะมุ่งเน้นความเป็นปัจจุบันและทันสมัยมากกว่าความเก่าแก่ ยกเว้นโรงแรมวินเทจที่ต้องการจะรักษาความดั้งเดิมเอาไว้ แต่ปัจจุบันก็เหลืออยู่น้อยกว่าในอดีตที่ผ่านมา

สรุป

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า บริบทด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรม จะประกอบไปด้วยการบริหาร การตลาด การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ และการขับเคลื่อนองค์กร ในขณะที่บริบทด้านผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กร จะประกอบด้วยประสิทธิภาพตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร คุณภาพการ ให้บริการ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและการพัฒนาองค์กร ส่วนปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การบริหารการตลาด และการบริหารองค์กรที่มีคุณภาพ ในขณะที่ระดับมาตรฐานและระยะเวลา ดำเนินการของโรงแรมแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจแนวใหม่กับผลลัพธ์การดำเนินงาน ขององค์กร ซึ่งจากผลการศึกษาที่ได้ จะเป็นประโยชน์กับการจัดทำนโยบายด้านการบริหารจัดการองค์กรภายใต้สถานการณ์ที่ต้อง เผชิญกับความถดถอยทางเศรษฐกิจอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถ ผ่านพ้นช่วงวิกฤติที่ยากจะหลีกเลี่ยงนี้ไปได้ด้วยดี

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องด้วยช่วงเวลาในการทำการเก็บข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัย เป็นช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลให้ประเทศไทยเกิดการล็อกดาวน์และมีความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินชีวิตแบบ New normal จึงทำให้การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยไม่สามารถที่จะกระทำได้อย่างสะดวก และมีความจำเป็นในการใช้ช่องทางอื่นในการเก็บข้อมูล เท่าที่จะทำได้ การเดินทางเพื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลจึงมีอาจทำได้ยากเช่นเวลาปกติ จึงทำให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องใช้เวลาในการเก็บ รวบรวมข้อมูลมากขึ้นกว่าปกติอย่างมีนัยสำคัญ

2. ผู้ประกอบการให้บริการโรงแรมควรมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก และการพัฒนารูปแบบการทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ทรงพลัง จะช่วยให้โรงแรมสามารถที่จะเพิ่มศักยภาพในทางธุรกิจของตนได้ และมีแนวโน้มว่าจะช่วยให้ผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปในเชิงบวกได้

3. ผู้ประกอบการให้บริการโรงแรมควรมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพทั้งในด้านความรู้และทักษะด้านการให้บริการกับเจ้าหน้าที่ และบุคคลกรที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ รวมถึงสร้างการรับรู้และตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ของตนที่จะต้องให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และจะต้องสร้างคุณค่าของการให้บริการและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าทุกระดับ ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดความประทับใจกับลูกค้าและเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าหรือภาพลักษณ์ของโรงแรมและตัดสินใจที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งถัดไป

4. สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรที่จะเลือกศึกษาให้ลึกไปถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ที่มีคุณภาพของโรงแรม โดยเน้นการเก็บข้อมูลเชิงลึกจาการสัมภาษณ์ประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจ ประทับใจและมีคุณค่า ที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อถึงคุณค่าต่าง ๆ ที่ได้รับเหล่านั้นไปยังคนอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถที่จะค้นหาปัจจัยที่สำคัญหลาย ๆ ปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของโรงแรมได้

รายการอ้างอิง

- ถนอมศิลป์ จันคนากิติกุล, นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2561). ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 7(2), 42-57.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจโรงแรม*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564 เข้าถึงจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/IO/io-hotel-21>
- ปถุณพร บุญรังสีและประสพชัย พสุนนท. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12, 194-205.
- มารวย วิชาญยุทธนากุล. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI). (2564). *วิเคราะห์ผลกระทบของของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2564 เข้าถึงจาก <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>
- สมาคมโรงแรมไทย. (2564). *รายงานประจำปี 2563-2564*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2564 เข้าถึงจาก https://issuu.com/greenworld.customer/docs/e-book_tha_annual_report_2020-2021
- อนุชิตา ชินศิริประภา. (2564). ผลกระทบโควิด 19 กับเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวภาคตะวันออก. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 3(2), 1-4.
- อรรธิกา พังงา. (2553). *การจัดการและการปฏิบัติงานส่วนหน้า* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- Alvarez-Ferrer, A., Campa-Planas, F., and Gonzales-Bustos, J. P. (2017). Identification of the key factors for success in the hotel sector. [Online]. Retrieved, October 10, 2019, from <https://pdfs.semanticscholar.org/4f21/9c32cb085af7a55b33b24fb60c31e810c865.pdf>
- Amadeus. (2019). *Drivers of change in hospitality*. [Online]. Retrieved October 15, 2019, from: <https://amadeus.com/en/insights/white-paper/drivers-of-change-in-hospitality>

- Anderson, D. (2014). *Enterprise Kanban: Where to Start?* [Online]. Retrieved, October 20, 2020, from <https://djaa.com/enterprise-kanban-where-to-start/>
- Aquinas, P. G. (2007). *Principles of Management and Organisational Behaviour*. Coimbatore: Bharathiar University.
- Avcikurt, C., Altay, H., and Ilban, M, O. (2011). Critical Success Factors for Small Hotel Businesses in Turkey: An Exploratory Study. [Online]. Retrieved October 12, 2020, from: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1005.3208&rep=rep1&type=pdf>
- Beder, S. (2016). *Modern Management Techniques*. [Online]. Retrieved, October 1, 2016, from: [http://www.herinst.org/BusinessManaged Democracy/ culture/work/welfare.html](http://www.herinst.org/BusinessManaged%20Democracy/culture/work/welfare.html)
- Bradley, A., and McDonald, M. P. (2011). *The Social Organization: How to Use Social Media to Tap the Collective Genius of Your Customers and Employees*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Cambalikova, A. (2021). Modern Trends in Business Management in the Light of Globalization. *SHS Web of Conferences*, 92, 1-9.
- Cohan, P. S. (2014). *6 Great Business Models to Consider for a Startup Business Model*. [Online]. Retrieved, October 1, 2016, from: <https://www.entrepreneur.com/article/233451>
- Drucker, P. F. (2016). *Importance of Management to a Modern Business*. [Online]. Retrieved, October 1, 2020 From: <http://www.yourarticlelibrary.com/essay/importance-of-management-to-a-modern-business/27885/>
- Hair, F., Black, C., Babin, J., Alderson, E., & Tatham, L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (6th ed.) New Jersey: Pearson.
- Hoy, W. K., and Sweetland, S. R. (2000). School Characteristics and Educational Outcomes: Toward an Organizational Model of Student Achievement in Middle Schools. *Educational Administration Quarterly*, 36, 703-729.
- Jupp, V., and Younger, M. P. (2004). A Value Model for the Public Sector, *Accenture Outlook Journal*, 1, 14-21.
- Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (2001). *The strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new business environment*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Kurtz, D. L., and Clow, K. E. (1998). *Service Marketing*. New York: John Wiley & Sons.
- Langviniene, N., and Daunoraviciute, I. (2015). Factors influencing the success of business model in the hospitality service industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 902-910.
- LI BO. (2016). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การจัดการธุรกิจโลกวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Linder, J. C., and Brooks, J. D. (2004). Transforming the Public Sector. *Accenture Outlook Journal*, 6(3), 74-83.
- Meyer, S. (2004). Organizational response to conflict: Future conflict and work outcomes. *Social Work Research*, 28, 183-190.

- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Steve, M., and Cook, S. (1995). Practical teamwork for customer service. *Team Performance Management*, 1(3), 35 - 41.
- Turner, J. (2014). *Effective Business Management Techniques: The Two Approaches Management Biz Penguin*. Retrieved October 19, 2020 from <http://www.bizpenguin.com/effective-business-management-techniques-the-two-approaches-2082/>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd Ed.). New York: Harper and Row.



Journal of Modern Management Science

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>



การมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19

Community Participation in Sustainable Tourism Management to Enhance
Tourism in Hat Yai Municipality After the Covid-19 Crisis

พัชรินทร์ บุญนุ่น^{1*} ภาณุมาศ สุยบังดัม² และอาริษา โสภากจารย์³
Patcharin Bunnoon^{1*} Panumas Suybangdum² Arrisa Sopajarn³

Article Information

Received: Sep 22, 2021

Revised: Feb 14, 2022

Accepted: Mar 6, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงผสมผสาน มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ และเรียบเรียงเป็นความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน และด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมชุมชน และ3) ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ไม่ส่งผลกระทบกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนะในการใช้ผลงานวิจัย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผน พัฒนา ชุมชนให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนและนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วิกฤตการณ์โควิด 19

¹ อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยรัตนภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสงขลา

^{2,3} อาจารย์ประจำสาขาอุตสาหกรรม วิทยาลัยรัตนภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสงขลา

Abstract

The research aims to study the factors affecting community participation in sustainable tourism management to enhance tourism in Hat Yai municipality after the Covid-19 crisis. The distribution of questionnaires was conducted to generate for 400 stratified random sampling participants. Statistical analysis was designed to carry out as quantitative data which is composed of mean, standard deviation, and multiple linear regression. Qualitative data was employed through the use of content analysis.

The results of studying factors affecting community participation in sustainable tourism management to enhance tourism in Hat Yai municipality after the Covid-19 crisis showed the following findings: 1) Positive influence of factors; community-based tourism management; quality's life of people; community-based tourism potential Negative influence of factor; community culture 3) No influence of factor; public utilities. Suggestions for using research results include government agencies, the private sector, and people in the area. The research results can be use in community planning and development to create community tourism and lead to sustainable tourism.

Key words: Community Participation, Sustainable Tourism, Covid 19 Crisis

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด 19 เป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ได้ จากดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในช่วงไตรมาส 1/2564 กลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการ 730 แห่ง 8 ประเภท พบว่าความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเท่ากับ 36 % นั้นหมายถึง สถานการณ์ท่องเที่ยวอยู่ระดับที่ต่ำกว่าปกติมากที่สุด (ธุรกิจท่องเที่ยว, 2564) ภายในปี 2564 ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อาจตกต่ำกว่าที่เคยคาดการณ์ไว้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจจะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 1.5 แสนคนเท่านั้น และบางจังหวัดเท่านั้นที่สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ เช่น ภูเก็ต กระบี่ เป็นต้น สถานท่องเที่ยวเหล่านั้นสามารถควบคุมการระบาดโควิด 19 ได้เป็นอย่างดี (ศูนย์การวิจัยสิทธิกรไทย, 2564) เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวในหาดใหญ่ ที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการหาแนวทางร่วมกันในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ เพื่อให้หาดใหญ่กลับมาคึกคักอีกครั้งภายใต้การท่องเที่ยววิถีวิถีใหม่ (New normal) (เศรษฐกิจภูมิภาค, 2563)

จากปัญหาเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อนและเกิดการเปลี่ยนแปลง ภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ที่นอกเหนือการควบคุม และการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของคนที่เปลี่ยนไป เพื่อรับมือกับสังคมไทยที่กำลังจะก้าวเข้าสู่ Thailand 4.0 ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจระดับพื้นที่เพื่อกระจายความเจริญ โดยใช้พื้นฐานบนต้นทุนเดิมทางสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมชุมชนที่มีอยู่ กระจายการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคภายในจังหวัด และพื้นที่ใกล้เคียงให้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม การฟื้นฟูเศรษฐกิจ ต้องการให้ประชาชนมีส่วนร่วมการระดมความคิดผ่านเวทีจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของประชาชนในพื้นที่ ที่สะท้อนมาสู่รูปแบบ ที่เป็นเอกลักษณ์อัตลักษณ์สู่การเป็นจุดขายของหาดใหญ่ให้เป็นเมืองที่

นำท่องเที่ยว เกิดการสร้างงานในชุมชน ลดการย้ายถิ่นฐานของผู้คน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองหาดใหญ่ที่มีความเก่าแก่ผ่านการสร้างเอกลักษณ์ทางกายภาพตามวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการปรับกลยุทธ์จากตั้งรับเป็นเชิงรุก ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เจาะเข้าถึงผู้บริโภคที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดตามบริบทจริง สร้างระบบการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกรวดเร็วในหลากหลายช่องทาง ทั้งผู้ชาย ผู้ซื้อ ตัวแทน สมาคมและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ส่งผลต่อการแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง ดังนั้น การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จึงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชน และหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้หาดใหญ่มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน วัฒนธรรมชุมชน สาธารณูปโภค และคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน เมื่อสิ่งเหล่านี้มีศักยภาพ และคุณภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้มีความสำคัญกับหาดใหญ่เป็นเมืองแห่งเทศกาล “Hat Yai of Festivals” อาหารการกินที่หลากหลาย ด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่น (ถนัด คอมันตร์, 2561)

ในขณะที่หาดใหญ่มีทรัพยากรทั้งด้านกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และความเข้มแข็งในชุมชน พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จะรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวทั้งหลายที่เข้ามาท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้อย่างมีความสุขและสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนไม่น้อย ดังนั้นประชาชน เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จึงให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการในการจัดการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โควิด 19 โดยนำเสนอภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ในมุมมองใหม่ ได้แก่ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถควบคุมแหล่งท่องเที่ยวให้คงเดิมสู่การร่วมสมัยกับปัจจุบัน วัฒนธรรมชุมชนโดยการผสมผสานพหุวัฒนธรรม สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดี เพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยว และด้านสาธารณูปโภคมีความเจริญ ทันสมัย อำนวยความสะดวกประชาชน และนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศให้เมืองหาดใหญ่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงมองเห็นความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของหาดใหญ่ให้มียั่งยืน ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่หาดใหญ่ พื้นที่ใกล้เคียง และจังหวัดใกล้เคียง จะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของเมืองหาดใหญ่ สร้างเงินตราหมุนเวียนในชุมชนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Swarbrooke (1998) และ Eber (1993) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างความเป็นอยู่ทางสังคมนั้น ๆ ด้วยการจัดการทรัพยากรอย่างชาญฉลาด ให้ทรัพยากรยังคงอยู่ จึงจำเป็นต้อง อนุรักษ์ บำรุง รักษา ดูแล อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทรัพยากรอยู่ได้นาน และสมบูรณ์ที่สุด ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีอยู่ภายในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ให้คงสภาพเดิม ควบคู่กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมกันวางแผน พิจารณา ตัดสินใจ ปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ (William, 1976) ทั้งนี้ทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาและเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ ไปพร้อมกัน เมื่อประชาชนมีกิจกรรมร่วมกัน และเป็นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่แท้จริง มีขั้นตอนการมีส่วนร่วมดังนี้ (Arnstein, 1969; Cohen & Uphoff, 1980) 1) กำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าประสงค์ 2) การทำกิจกรรม 3) การใช้ประโยชน์ 4) การร่วมรับผลประโยชน์ 5) การประเมินผล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ภายใต้การมีส่วนร่วมนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนนั้น ๆ ให้ดีขึ้น (Giampiccoli & Kalis, 2012) เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจที่เข้มงวด เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสและการพึ่งพาตนเอง (Telfer, 2009) มุ่งสู่โอกาสที่พัฒนาการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน (Singh, 2008) การพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญและมีการทำกิจกรรมร่วมกัน จึงทำให้เกิดความรักและห่วงแหนชุมชนที่อาศัยอยู่ (Mearns, 2003) รวมทั้งการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน สร้างทางเลือกให้กับชุมชนได้เป็นอย่างมาก

สมมติฐานที่ 1: การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน Ferrans & Power, 1985; Zhan, 1992 กล่าวว่า ความสัมพันธ์ความต้องการกับระดับคุณภาพชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ชีวภาพ (Bio-physical Needs) 2) สังคม (Psycho-social Needs) 3) ความทะเยอทะยานส่วนตัว (Personal Aspiration) การมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุข ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในการใช้ชีวิตและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นมีปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยสี่ ความพึงพอใจในชีวิต เศรษฐกิจและสังคม สุขภาพกายและจิต และครอบครัว (Padilla & Gran 1985)

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3) ด้านสาธารณูปโภค เป็นการบริการต่าง ๆ ในลักษณะสาธารณะประโยชน์ให้กับประชาชนในการอุปโภคและบริโภคที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เช่น การไฟฟ้า ระบบประปา การเดินทาง เป็นต้น โดยการบริหารจัดการนี้ ส่วนใหญ่ดำเนินการด้วยหน่วยงานภาครัฐโดยตรง ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการดำเนินงานของรัฐบาล โดยรัฐบาลจะกระจายอำนาจมาสู่ท้องถิ่นนั้น ๆ โดยตรง และให้ท้องถิ่นดังกล่าวบริหารจัดการเอง (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

สมมติฐานที่ 3: สาธารณูปโภค ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

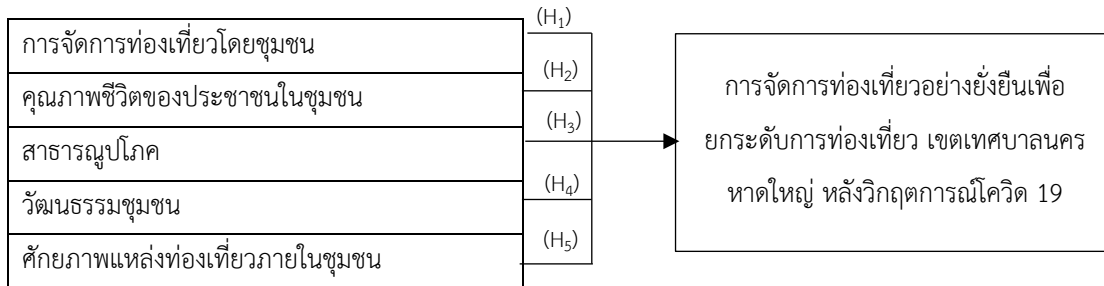
4) ด้านวัฒนธรรมชุมชน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2540) กล่าวว่า 1) วัฒนธรรมชุมชนดั้งเดิมของคนไทยไม่คำนึงถึงการแข่งขันกัน 2) ปลุกจิตสำนึกให้คนรักกัน และสามัคคี 3) กระบวนการมีจิตสำนึกรักชุมชน 4) มีการจัดการภายในชุมชนเพื่อการต่อรองกับองค์กรภายนอก 5) การสร้างองค์ความรู้ใหม่ และ 6) การพึ่งพาตนเองได้ วัฒนธรรมชุมชนแบ่งตามลักษณะดังนี้ 1) ระบบแบบแผน 2) ระบบความคิด ความเชื่อ 3) ประเพณี ความรู้ของชุมชน และ 5) ภูมิปัญญา (สุรุฒิ ปัดไธสง, 2545) ปัจจุบันวัฒนธรรมของชุมชน เกิดขึ้นจากการรวมตัวของบุคคลที่อาศัยร่วมกันเป็นจำนวนมาก แบ่งออกเป็นวัฒนธรรมชุมชนเมือง และวัฒนธรรมชุมชนชนบท ที่มีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

สมมติฐานที่ 4: วัฒนธรรมชุมชน ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5) ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยวิภา ศรีระทุ (2551) ได้อธิบายว่า การกำหนดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ศักยภาพด้านความปลอดภัย 3) ศักยภาพด้านกิจกรรม และ 4) ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วม

สมมติฐานที่ 5: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงผสมผสาน โดยการสร้างแบบสอบถามจากการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 9 หน่วยงาน ได้แก่ 1) เทศบาลนครหาดใหญ่ 2) มูลนิธิชุมชนสงขลา 3) กิมหยงดอทคอม 4) สงขลามาสูข 5) หอการค้าจังหวัดสงขลา 6) สมาพันธ์เอสเอ็มอี 7) ประธานชุมชน 8) ผู้ประกอบการร้านอาหาร 9) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง จำนวน 15 คน ในพื้นที่เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแบบสอบถาม ประชากรทั้งหมด จำนวน 158,392 คน (เทศบาลนครหาดใหญ่, 2562) เขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีชุมชนจำนวน 4 เขตพื้นที่ ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ คือ กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

การสุ่มตัวอย่างโดยใช้อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่างใน 4 เขตพื้นที่ มีชุมชนจำนวน 102 ชุมชน แบ่งตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่

เขตพื้นที่	จำนวนชุมชน	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ (คน)
1	28	110
2	27	106
3	27	106
4	20	78
รวม	102	400

เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 มีข้อคำถามแบ่งออกเป็นรายด้าน 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2)

ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน 3) ด้านสาธารณูปโภค 4) ด้านวัฒนธรรมชุมชน 5) ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน เป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้ Rating Scales ตามแนวทางการสร้างแบบวัดของ Likert (1967) โดยกำหนดระดับการประมาณค่าเป็น 5 ระดับ เพื่อให้เหมาะสมและสะดวกในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน มีค่า ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.60 – 1.00 ไพศาล วรคำ (2556) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (1970) เท่ากับ .890

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน ร้อยละ 52.25 และเพศชาย จำนวน 191 คน ร้อยละ 47.75 มีอายุระหว่าง 51 ปี – 60 ปี จำนวน 156 คน ร้อยละ 39.00 อายุระหว่าง 21 ปี – 30 ปี จำนวน 118 คน ร้อยละ 29.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาท – 20,000 บาท จำนวน 158 คน ร้อยละ 39.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท – 50,000 บาท จำนวน 101 คน ร้อยละ 25.25 ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว จำนวน 173 คน ร้อยละ 43.25 อาชีพรับราชการ จำนวน 99 คน ร้อยละ 24.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 201 คน ร้อยละ 50.25 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน ร้อยละ 20 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา (ม.6) จำนวน 70 คน ร้อยละ 17.50

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย/ค่าระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนฯ	(\bar{X})	(S.D.)	แปลผล
ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.13	.526	มาก
ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน	4.24	.421	มาก
ด้านสาธารณูปโภค	4.04	.499	มาก
ด้านวัฒนธรรมชุมชน	4.14	.451	มาก
ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.47	.366	มาก
รวม	4.20	.359	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 จากมาก ไปหาน้อย ได้แก่ (1) ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\bar{X} = 4.47$) (2) ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ($\bar{X} = 4.24$) (3) ด้านวัฒนธรรมชุมชน ($\bar{X} = 4.14$) (4) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 4.13$) (5) ด้านสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนฯ	การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	2.596	.311	8.341	.000
การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	.119	.057	2.119	.035**
คุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน	.458	.080	7.255	.000***
สาธารณูปโภค	-.122	.081	-1.605	.109
วัฒนธรรมชุมชน	-.482	.080	-7.145	.000***
ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน	.306	.077	5.784	.000***

F= 29.524, p=0.000, R²= .281, AdjR²= .271

p<.05, *p<.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยชาติเดียว กลัญทกะปรกรณ์ และคณะ (2563) ที่พบว่า ประชาชนในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังเป็นเมืองพหุวัฒนธรรม มีความหลากหลายวัฒนธรรม ไทย จีน มุสลิม และอินเดีย รวมถึงอาหารการกิน มีอาหารพื้นเมืองให้ลองรับประทาน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของพัชรินทร์ บุญนุ่น และคณะ (2563) ที่พบว่า หาดใหญ่มีเทศกาลอาหารต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวกันตลอดทั้งปี ทำให้ประชาชนตื่นตัวพัฒนาศักยภาพในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ได้เต็มศักยภาพ ส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีประสิทธิภาพต่อไป

ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_1=0.119$, t= 2.119, p < 0.05) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จะเห็นว่าประชาชนในชุมชนเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ร่วมการวางแผน ดำเนินการตามแผน การใช้ประโยชน์ร่วมกัน และการทำนุบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ประคอง สุคนธจิตต์ และคณะ (2561) ที่พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ ประชาชนช่วยกันสอดส่อง

ดูแล รักษา แหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นของชุมชนให้คงเดิมอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรดา ดวงแก้ว และนันทิชา หาสุนทร (2563) ที่พบว่า ประชาชนในบ้านไทรน้อย ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เก่าแก่ สวยงาม และผลิตภัณฑ์ชุมชนมากมายที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เช่นเดียวกับเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นศูนย์การค้า และเมือง ศรีวิไล ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว เช่น ค้าขาย สถานบันเทิง มัคคุเทศก์ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ฯลฯ ทำให้ประชาชนมีความสุขในการใช้ชีวิต และการประกอบอาชีพอย่างมั่นคง มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจภายใต้การใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ (New Normal) **ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1**

ทั้งนี้ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_2=0.458$, $t=7.255$, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมอย่างสงบมีความสุข ความพร้อม ในการประกอบสัมมาอาชีพ ซึ่งประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข สอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ จิรัชยา เจียวีก และคณะ (2558) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตของประชาชน เทศบาลเมืองคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับดี มีปัจจัย 1) ความเท่าเทียมในสังคม 2) พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และการใช้ชีวิตตามหลังเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการประเมินความสำเร็จตามยุทธศาสตร์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลนครหาดใหญ่ (2561) ที่พบว่า เทศบาลนครหาดใหญ่ มีการดำเนินงานด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันทางบวกกับด้านคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งเศรษฐกิจที่ดีของเมืองทำให้ประชาชนในพื้นที่ หรือบุคคลที่เข้ามาอาศัยในเขตเทศบาลมีคุณภาพที่ดีตามไปด้วย **ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2**

แต่ด้านสาธารณูปโภค ไม่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_3=-0.122$, $t=-1.605$, $p > 0.10$) หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานที่ต้องมีการจัดสรรระบบสาธารณูปโภคลงมายังชุมชน เช่น ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า การจัดการขยะมูลฝอยและน้ำเสีย ระบบการรักษาความปลอดภัย ฯลฯ โดยประชาชนมีส่วนร่วมน้อยในด้านสาธารณูปโภค เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานที่ต้องเข้ามามีบทบาทในการจัดสรรระบบสาธารณูปโภคลงมายังชุมชน เช่น ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ฯลฯ ทั้งประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่นั้น อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก หลากหลายอาชีพ ซึ่งเทศบาลนครหาดใหญ่ (2558) ได้มีการอำนวยความสะดวกสบายในด้านสาธารณูปโภค จึงจำเป็นต้องจัดบริการโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการพัฒนาของเมือง และบริการสร้างสาธารณูปโภค ณ จุดบริการสาธารณะ โดยเทศบาลนครหาดใหญ่ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และห้างร้านต่าง ๆ ที่จัดสรรสำหรับผู้พิการ ฯลฯ เพิ่มเติม ทั้งนี้ ชนิษฐา ชุสุข และคณะ (2556) มีข้อจำกัดคือ การใช้ประโยชน์ของเมืองไม่เป็นระเบียบ และจุดเด่น คือ เส้นทางคมนาคมที่สะดวกขึ้น มีทั้งการเดินทาง ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ มีความเติบโตทางเศรษฐกิจ เมื่อเมืองมีความเจริญขึ้น ทำให้ผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวการทำงาน การศึกษา จึงทำให้มีปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้นตามมา เช่น ปัญหารถติด ขยะมูลฝอย น้ำเสีย ฯลฯ ทำให้มีการจัดการระบบสาธารณูปโภคที่ดี เพื่อคุณภาพความเป็นอยู่ของประชาชนเมืองที่ดี และการรองรับ นักท่องเที่ยวในทุกรูปแบบที่มาเที่ยวหาดใหญ่ **ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3**

แต่ในทางกลับกันด้านวัฒนธรรมชุมชน ส่งผลกระทบต่อเชิงลบกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_4=-0.482$, $t=-7.145$, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นสังคมพหุวัฒนธรรม มีประชาชนหลายเชื้อชาติ ได้แก่ ไทย จีน มุสลิม และอินเดีย ทำให้เกิดความแตกต่างและอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข เทศบาลนครหาดใหญ่ถือว่าเป็นเมืองที่มีความเจริญต้น ๆ ของประเทศ มีผู้คนเข้ามาทำมาหากินตั้งแต่ในอดีต จนถึงปัจจุบัน เป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมของนานาประเทศ เนื่องจากอดีตมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศที่มีความสัมพันธ์มาอย่างช้านาน (เทศบาลนครสงขลา, 2564) รวมถึงการรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้ามาทำให้เกิดเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมมาจนถึงปัจจุบัน ถึงอย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมชุมชน ในอดีตผู้คน

ในชุมชนดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย มีการแบ่งปันกัน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุรวุฒิ ปัดโรสง (2545) ซึ่งปัจจุบันวัฒนธรรมทางสังคมมีความแตกต่างโดยสิ้นเชิง ความเป็นอยู่แบบไม่พึ่งพาอาศัยกันเหมือนในอดีต ทำให้วัฒนธรรมชุมชนเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา **ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4**

และด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_5=0.306, p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 หาดใหญ่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ การเดินทางสะดวกสบาย การใช้ชีวิตวิถีชุมชนของคนในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ และธีรศักดิ์ อุ๋นอารมณ์เลิศ (2557) พบว่า การมีสินค้าและบริการที่ตอบสนองนักท่องเที่ยว โดยอัตลักษณ์พื้นที่ วัฒนธรรมชุมชน การประชาสัมพันธ์ และทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ โดยหาดใหญ่เป็นเมืองการค้า มีความหลากหลายทางกายภาพ เช่น สถาปัตยกรรมเก่าแก่ แหล่งธรรมชาติที่สำหรับการพักผ่อนของคนเมือง สินค้าปลอดภาษี แหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น การพัฒนาเมืองมาพร้อมกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่นิยมมาท่องเที่ยวกันในหาดใหญ่ **ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 5**

การนำไปใช้ประโยชน์

1. นำข้อมูลเสนอเป็นนโยบายต่าง ๆ ในการวางแผนและพัฒนา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองหาดใหญ่ในอนาคตต่อไป เช่น การวางแผนจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของเทศบาลนครหาดใหญ่
2. สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ โดยการเผยแพร่ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์
3. เป็นข้อมูลสารสนเทศในการประกอบการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม ฯลฯ
4. เป็นข้อมูลในการจัดการบริหารของชุมชนให้มีศักยภาพในด้านต่าง ๆ เช่น สังคม วัฒนธรรม และสาธารณูปโภค ฯลฯ

สรุป

1) กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน ร้อยละ 52.25 และเพศชาย จำนวน 191 คน ร้อยละ 47.75 มีอายุระหว่าง 51 ปี – 60 ปี จำนวน 156 คน ร้อยละ 39.00 อายุระหว่าง 21 ปี – 30 ปี จำนวน 118 คน ร้อยละ 29.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาท – 20,000 บาท จำนวน 158 คน ร้อยละ 39.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท – 50,000 บาท จำนวน 101 คน ร้อยละ 25.25 ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว จำนวน 173 คน ร้อยละ 43.25 อาชีพรับราชการ จำนวน 99 คน ร้อยละ 24.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 201 คน ร้อยละ 50.25 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน ร้อยละ 20 ระดับการศึกษามัธยมปลาย (ม.6) จำนวน 70 คน ร้อยละ 17.50

2) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยระดับ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 จากมาก ไปหาน้อย ได้แก่ (1) ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน (2) ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน (3) ด้านวัฒนธรรมชุมชน (4) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (5) ด้านสาธารณูปโภค ตามลำดับ

3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวก ได้แก่ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\beta_1=0.119$, $t=2.119$, $p < 0.05$) ด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ($\beta_2=0.458$, $t=7.255$, $p < 0.00$) และด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\beta_5=0.306$, $t=5.784$, $p < 0.01$) ส่วน 2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านลบ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมชุมชน ($\beta_4=-0.482$, $t=-7.145$, $p < 0.01$) และ 3) ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ($\beta_3=-0.122$, $t=-1.605$, $p > 0.10$) ไม่ส่งผลกระทบต่อจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ข้อจำกัดในการทำวิจัย

ภูมิหลังของประชาชนที่ตอบแบบสอบถามมีส่วนร่วมและการรับรู้ที่แตกต่างกัน จึงทำให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรส่งเสริมการทำวิจัยในลักษณะเชิงพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ เช่น ศึกษาวิจัยในพื้นที่ใกล้เคียงกับบริบทที่แตกต่างกัน การเพิ่มระเบียบวิธีวิจัยในการทำให้มีความลึกซึ้ง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต หรือการมีส่วนร่วม เป็นต้น
2. ควรการทำวิจัยให้รอบด้าน ในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชัน การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาต่าง ๆ รวมไปถึงการรักษาความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่ นั้น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ภายใต้โครงการวิจัย ถนนแห่งอาหารเมืองหาดใหญ่ (Hatyai Gastronomy City)

รายการอ้างอิง

- ชัตติยา กลัญทกะปกรณ์, สุธีรา สิทธิกุล และวินิตรา ลีละพัฒนา. (2563). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเกษตรตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 13(2), 29-44.
- จิรัชยา เจียวกัก, สันติชัย แยมใหม่ และพัทธธีรา จินตานนท์. (2558). คุณภาพชีวิตของประชาชนเทศบาลเมืองคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6* (น.435-450) สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2540). *ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชนและชนชาติไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิษฐา ชูสุข, จิตราวดี ฐิตินันทร และจุฑารัตน์ รัตนพิทักษ์ชน. (2556). *เครือข่ายเมืองในเอเชียเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้านการรับมือของเมืองกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*. (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ และธีรศักดิ์ อุ๋นอารมย์เลิศ. (2557). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 6(1), 66-79.
- ณัด คอมนันท์. (2561). *แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียและประเทศสมาชิกอาเซียนใต้* (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เทศบาลนครสงขลา. (2564). *ประชากร เศรษฐกิจ สังคม ประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2564, จาก <https://sites.google.com/site/ssm56021285/general/intro-to-community/population-economy-society-tradition-art-culture>
- เทศบาลนครหาดใหญ่. (2558). *สมัชชาประชาชนนครหาดใหญ่ ด้านทิศทางการพัฒนาเมือง*. สงขลา: เทศบาลนครหาดใหญ่.
- เทศบาลนครหาดใหญ่. (2561). *โครงการประเมินความสำเร็จตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ ประจำปี พ.ศ.2561*. รายงานวิจัย. สงขลา: เทศบาลนครหาดใหญ่.
- เทศบาลนครหาดใหญ่. (2562). *แผนพัฒนาท้องถิ่น (2561 - 2564) เทศบาลนครหาดใหญ่*. สงขลา: เทศบาลนครหาดใหญ่.
- ธัญรดา ดวงแก้ว และนันทินา หาสุทธี. (2563). การมีส่วนร่วมของประชาชนตามหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านไทรน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 6(1), 41-52.
- ธุรกิจท่องเที่ยว. (2564, 4 เมษายน). *ท่องเที่ยวโค้งแรกปี'64 สาหัสทั่วหล้ารายได้เข้าไม่เกิน 10%*. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-641700>
- ประคอง สุคนธจิตต์, สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์. (2561). การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน. *วารสารร่วมพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 36(1), 181-200.
- พัชรินทร์ บุญนุ่น, ลัดดา ทองตั้ง วันดี นวนสร้อย. (2563). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่างเทศกาลกินเจ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(2), 135-148.
- ไพศาล วรคำ. (2556). *การวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). มหาสารคาม: ดักสิลาการพิมพ์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ*. เล่ม 135 หมวด 82 ก. ราชกิจจานุเบกษา.
- วิภา ศรีระทุ. (2551). *ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาคว่ำ จังหวัดเพชรบูรณ์*. (สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564 จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Vipa_S.pdf
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *โควิด-19 ระลอกใหม่ ป่วนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกและไทยในช่วงที่เหลือของปี 2564 (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3255)* สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2564 จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Covid-Travel-z3255.aspx>
- เศรษฐกิจภูมิภาค. (2563, 29 มิถุนายน). “หาดใหญ่” ینگสนิท “มาเลเซีย” ปิดเมืองยาวถึง 31 ส.ค. *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.prachachat.net/local-economy/news-483497>
- สุรวุฒิ ปัดไธสง. (2545). วัฒนธรรมชุมชน: เงื่อนไขความเข้มแข็งชุมชน/หมู่บ้าน. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*. 8(1), 11-20.

- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*. 35(4), 216-224.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*. 8(3), 213-235.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Eber, L. (1993). *Brundtland report*. London Pergamen press ltd.
- Ferrans, C.E. & Power, M.J. (1985). Quality of Life Index : Development and Psychometric Properties. *Advanced in Nursing Science*. 8(1), 15–24.
- Giampiccoli, A., & Kalis, J. H. (2012). Tourism, Food, and Culture: Community-based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland. *Culture, Agriculture, Food and Environment*. 34(2), 101 – 123.
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. In Reading in Fishbein, M (Eds.), *Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley.
- Mearns, K. (2003). Community-based tourism: The key to empowering the Sankuyo community in Botswana. *Africa Insight*, 33(1&2), 29-32.
- Padilla, G.V., & Grant, M.M. (1985). Quality of life as a cancer nursing outcome variable. *Advances in Nursing Science*, 8(1), 45 – 60.
- Singh, L. K. (2008). *Ecology, Environment and Tourism*. Delhi: ISHA Books
- Swarbrooke, J. (1998). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford, UK: CAB International.
- Telfer, D. J. (2009) “Development studies and tourism”. In Jamal, T. and Robison, M. (eds.), *The SAGE handbook of tourism studies*. London: SAGE Publications.
- William, E. (1976). *Participation Management: Concepts, Theory and Implementation*. Atlanta G.: Georgia State University.
- Zhan, L. (1992). Quality of Life : Conceptual and measurement issues. *Journal of Advanced Nursing* 17(7), 795 – 800.



Journal of Modern Management Science

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>



การพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถ
ด้านการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

Developing the Development Model of Strategic Leadership for Support
Community Business Management around Si Thep Historical Park
Phetchabun Province

พริมาดา บัวหลวง^{1*}

Primada Bualuang^{1*}

Article Information

Received: Jan 27, 2022

Revised: Apr 18, 2022

Accepted: Apr 28, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้นำเสนอการพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถด้านการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการได้แก่ 1) การประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถด้านการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์อันสนับสนุนความสามารถด้านการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ วิธีการดำเนินการและเครื่องมือวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินศักยภาพภาวะผู้นำชุมชนเชิงกลยุทธ์ใช้แบบสอบถามประเมินศักยภาพผู้นำชุมชนคือผู้นำชุมชนทั้ง 16 ชุมชน จำนวนรวม 160 คน ตำบลศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ งานวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) การพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทของผู้นำใช้กระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ 9 คน ประกอบด้วยนักวิชาการจำนวน 6 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน และหัวหน้าหน่วยงานราชการผู้รับผิดชอบด้านการพัฒนาชุมชนจำนวน 1 คน ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพผู้นำชุมชนได้แก่ 1) ด้านการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ 2) ด้านความสามารถในการรวบรวมปัจจัย 3) การบริหารทรัพยากรในองค์กร 4) สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร 5) การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุล และ 6) ความคิดเชิงปฏิวัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Bachelor of Business Administration Program in Management, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

และผลการวิจัยพบว่ารูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของผู้นำชุมชนตำบลศรีเทพทั้ง 16 ชุมชนคือการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปคือการพัฒนาวิทยากรชุมชนเพื่อเป็นตัวแทนผู้นำชุมชนเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมความรู้จากภาครัฐ และนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้กับผู้นำชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ธุรกิจชุมชน อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ การจัดการ

Abstract

This research presents the development of strategic leadership developing model to support community business management of Si Thep Historical Park, Phetchabun province. The objectives of this research are 1) to evaluate a potential of strategic leadership that supports community business management of Si Thep Historical Park. 2) to develop model of strategic leadership development that supports community business management of Si Thep Historical Park. Methodology and tool of this research consists of two parts. Firstly, a questionnaire was used to evaluating potential of strategic leadership of community's leader at 16 communities of Tambon Si Thep, Amphoe Si Thep, Phetchabun province. Descriptive statistics were used in this research. The collected data was analyzed by percentage, mean and standard deviation. Secondly, in-depth interview was used to analyze a model of strategic leadership development. Six persons who were interviewed consist of six academics, two community's leader s, and one official developer. The result was shown that potential of strategic leadership which consists of 1) determining strategic direction 2) gathering multiple Inputs to formulate strategy 3) effectively managing the firm's resource 4) sustaining an effective organizational culture 5) establishing balanced organizational controls and 6) revolutionary thinking, overall is high level. And the result was shown that a fit model and concern with context of 16 community's leader of Tambon Si Thep is participatory action training. In future research, creating a lecturer of each community should be considered. A new lecturer will be a representative of the community who has participating with any beneficial activity from government. A knowledge from training will be transferred to other community leaders for creating sustainable competitive advantage in community.

Keywords: Strategic Leadership, Community Business, Si Thep Historical Park, Management

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยสามารถสร้างรายได้สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ปี 2562 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี

แนวโน้มเพิ่มขึ้น อันเป็นรูปแบบส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งคนในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ การเยือนแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม คณะกรรมการมรดกโลกทางวัฒนธรรมมีมติเห็นชอบให้นำเสนอ “เมืองโบราณศรีเทพ” แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม เข้าสู่บัญชีรายชื่อเบื้องต้นมรดกโลก ในขณะนี้อยู่ระหว่างผลักดันเรื่องงานด้านวิชาการผ่านกระทรวงวัฒนธรรม หลังเข้าสู่บัญชีรายชื่อเบื้องต้นมรดกโลก (ศิลปวัฒนธรรม , 2562) การให้ความสำคัญกับแผนเปิดประตูเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง 4 มรดกโลก ประกอบด้วย ออยุธยา-ศรีเทพ จ.เพชรบูรณ์- สุโขทัย – หลวงพระบาง อันเป็นผลจากนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐที่กำหนดให้จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ที่การกระจายการท่องเที่ยวไปสู่เมืองรองที่มีศักยภาพด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว เห็นได้จากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา สถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจากจำนวนนักท่องเที่ยว 1.95 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 2.20 ล้านคนในปี 2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกนั้นได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกโดยคำนึงประชาชนในพื้นที่ เพื่อสร้างการพัฒนา สร้างคุณค่าและรายได้ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน

การศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับศรีเทพนักวิจัยพบเพียงข้อมูลงานวิจัยเพียงไม่กี่ด้าน อาทิ ศิลปกรรมในวัฒนธรรมเขมรที่เมืองศรีเทพ (ศิวพงศ์ ศรีเสียดงาม, 2556) บทบาทพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนในอำเภอศรีเทพ (พระครูอรุณพัชรศาสน , 2558) การศึกษาความหลากหลายของพืชผักพื้นบ้านและภูมิปัญญาอาหารในท้องถิ่น ตำบลคลองกระจิง อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ (สุกัญญา แก้วนิม , 2558) สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องมือประมงพื้นบ้าน กลุ่มแม่น้ำป่าสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ (ปิยพงศ์ บางใบ , 2560) เป็นต้น แต่ไม่ค้นพบงานวิจัยใดที่ศึกษาเรื่องของการจัดการความพร้อมและศักยภาพของชุมชนเพื่อรองรับสู่เส้นทางทางการท่องเที่ยวมรดกโลกโดยเฉพาะด้านการจัดการธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นส่วนสำคัญในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ทั้งนี้ธุรกิจชุมชนเป็นรูปแบบการดำเนินการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนที่เอื้อกับชาวบ้านให้ดำรงชีวิตได้มั่นคงและเข้มแข็ง โดยความสำเร็จของธุรกิจชุมชนต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนด้วยการสร้างผลผลิตที่เกิดจากการนำสินทรัพย์ชุมชน ได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ทักษะฝีมือ วัฒนธรรม หรือธรรมชาติ เป็นต้น มาสร้างให้เกิดมูลค่า โดยอาศัยรูปแบบการจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน (ขวัญฤดี ตันตระกูล, 2551)

การจัดการธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จต้องมีการกำหนดนโยบายการบริหาร การจัดการ และการวางแผน การกำกับดูแลและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับนิยามกรณี จงวุฒิเวศย์ รั้งสรรค์ สิงห์เลิศ และสมสงวน ปัสสาโก (2553) และ จตุพร เสถียรคง (2557) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนของจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ ปัจจัยผู้นำองค์กร การสร้างเครือข่าย และการบริหารการจัดการ และกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะมีปัจจัยด้านการบริหารและการจัดการเป็นปัจจัยลำดับแรก ทั้งนี้การร่วมรับรู้และเข้าใจในสถานการณ์การดำเนินงาน รวมถึงความสามารถขององค์กรที่สามารถระบุดูเด่น จุดด้อย การมองเห็นถึงโอกาส และอุปสรรค ที่จะส่งผลต่อการดำเนินกิจการล้วนเป็นปัจจัยสำคัญนำไปสู่แนวทางการการปฏิบัติของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ (กนกวรรณ พวงประยงค์ และ วิภาภรณ์ เครือจันทร์, 2563) ดังนั้น SWOT จึงเป็นหลักการวิเคราะห์และวางแผนการทำงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุความสำเร็จและมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งในการวิเคราะห์นั้นต้องวิเคราะห์จากปัจจัยภายในได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร รวมถึงปัจจัยภายนอกได้แก่ โอกาสและอุปสรรค เพราะนอกจากจะสามารถแก้ไขปัญหภายในและภายนอกองค์กรได้แล้ว ยังทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ บุญเจริญ (2548) พบว่าการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนทำให้ทราบข้อมูลที่จะนำไปสู่การสร้าง

ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนที่ช่วยชุมชนได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ปรรารถนา มินเสน (2560) พบว่าการให้ความรู้ความเข้าใจในการสร้างแผนกลยุทธ์ การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน สามารถกระตุ้นให้ชุมชนตระหนักถึงศักยภาพของชุมชนตนเอง เพื่อจะสร้างและพัฒนาแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน ดังนั้นการจะสร้างธุรกิจชุมชนให้เข้มแข็งนอกจากความร่วมมือคนในชุมชนแล้วผู้นำที่มีภาวะผู้นำย่อมมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการเพื่อให้ชุมชนบรรลุตามเป้าหมาย

ผู้นำขององค์กรที่ประสบความสำเร็จล้วนแต่มีความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ทั้งสิ้น ดังนั้นภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์กรเพราะช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นภาพรวมและขอบเขตได้กว้างและชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะการบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีความลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับการคิดวิเคราะห์ปัญหาที่มีความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ช่วยส่งเสริม และสนับสนุนการกำหนดและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรตามทิศทางที่ชัดเจน อีกทั้งยังเป็นเครื่องนำทางที่เป็นรูปธรรมสำหรับสมาชิกในองค์กร (Hitt, Ireland & Hoskisson, 2009) โดยช่วยให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจในวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และทิศทางการทำงานเหมือนกันซึ่ง จะช่วยลดความสับสนหรือความขัดแย้งในการทำงานส่งผลให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมาย หากชุมชนเป็นองค์กรที่ต้องเดินไปอย่างมีเป้าหมายเดียวกัน องค์กรจำเป็นต้องมีผู้นำที่สามารถพัฒนาวิธีการที่จะสร้างความสำเร็จภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เรียบบุคคลที่มีลักษณะดังกล่าวว่า “ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์” (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ , 2560) และยังเป็นหนึ่งในความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่เกิดจากปัจจัยภายในนั่นคือผู้นำ (นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ และคณะ, 2553) จากข้อมูลที่น่ามาเสนอในข้างต้นจึงเป็นการบ่งบอกว่าผู้นำเชิงกลยุทธ์นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในทุกองค์กรเพราะจะช่วยนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายเดียวกัน หากองค์กรขาดผู้นำที่มีความสามารถในการบริหารจัดการภายในและความสามารถในการรู้เท่าทันต่อสถานการณ์ภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอาจส่งผลให้องค์กรไม่สามารถรักษาตัวเองให้อยู่รอดและสำเร็จตามเป้าหมายได้ในการจัดการ

ข้อค้นพบจากงานวิจัยข้างต้นจึงเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาบริบทของผู้นำทั้ง 16 ชุมชนที่ตั้งอยู่รอบอุทยานฯ อันเป็นชุมชนซึ่งก่อปรด้วยศักยภาพหลากหลายสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การบริหารจัดการให้เกิดชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืนย่อมขึ้นกับความสามารถของผู้นำชุมชน ทั้งนี้ผู้นำที่มีภาวะผู้นำสูงย่อมส่งผลต่อการดำเนินงานชุมชนที่ดี นอกจากนี้หากผู้นำมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ดีย่อมทำให้ผู้นำเข้าใจจุดอ่อนและจุดแข็งมองเห็นทั้งโอกาสและวิกฤตของชุมชนเพื่อใช้กำหนดทิศทางการบริหารจัดการชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จึงมีบทบาทสำคัญ ผู้วิจัยจึงสนใจรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เพื่อสามารถนำไปพัฒนาชุมชนรอบอุทยานฯ รองรับสู่เส้นทางมรดกโลกต้องมุ่งไปที่การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคไทยแลนด์ 4.0 และโลกดิจิทัล โดยผู้นำชุมชนคือบุคคลในกลุ่มที่ได้รับการยอมรับให้กำกับและประสานงานให้กิจกรรมของกลุ่มมีความสัมพันธ์กัน และเป็นบุคคลที่สามารถโน้มน้าวและชักนำบุคคลอื่นให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน ประธานกลุ่มอาชีพ ประธานกลุ่มออมทรัพย์ ประธานกลุ่มเกษตร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. การประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางการแข่งขันอย่างรวดเร็วและมีความรุนแรงมากขึ้น กิจกรรมต่างๆขององค์กรต้องปรับตัวเพื่อสามารถแข่งขันเพื่อความอยู่รอดจึงเป็นความท้าทายสำหรับผู้นำองค์กรอย่างมาก (Hitt, Haynes & Serpa, 2010) ผู้นำมีความสำคัญในการนำองค์กรไปสู่ทิศทางที่เหมาะสมและบรรลุเป้าหมายเพื่อความสำเร็จขององค์กร รวมถึงผู้นำมีความรอบรู้หลักการบริหารการจัดการที่ดี รู้จักใช้ทรัพยากรในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Ivancevich, Konopaske & Matteson, 2008) ดังนั้นผู้นำต้องปรับตัวเองให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน รู้เท่าทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงในทุกๆด้าน ผู้นำจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership) ซึ่งผู้นำจึงจำเป็นต้องมีความรู้ด้านการบริหารการจัดการและพัฒนาตนเองให้มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ซึ่งผู้นำจะต้องมีความสามารถในการจัดการเพื่อให้ชุมชนอยู่รอดและก้าวเดินต่อไปได้ (Davies & Davies, 2004) ดังนั้นชุมชนควรมีการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่สามารถเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ทั้งผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในชุมชนควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนภายใต้การดำเนินการของผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความร่วมมือจากคนในชุมชนให้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนให้ดีขึ้น

ผู้นำเชิงกลยุทธ์จะเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จขององค์กร เริ่มตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรเพื่อให้เห็นทิศทางของการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม เป็นผู้นำในการปฏิบัติงานโดยการกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ที่กำหนด เป็นผู้ควบคุม ติดตาม ตรวจสอบ ผลงานปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นผู้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ศักดิ์ หอมมาลัย (2556) ทำการศึกษาขององค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลยุคใหม่ พบว่าองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการคิดนอกกรอบ 2) ความสามารถในการเปลี่ยนแปลง 3) ความสามารถในการกำหนดเป้าหมาย 4) ความสามารถในการมีมนุษยสัมพันธ์ 5) ความสามารถในการมีคุณธรรม 6) ความสามารถในการมีวิสัยทัศน์ โดย Dubrin (1998) ระบุว่าองค์ประกอบของผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต้องประกอบด้วย คุณลักษณะเฉพาะพฤติกรรมและแนวทางการปฏิบัติโดยรวมคุณลักษณะทั้งของภาวะผู้นำที่มีความสามารถพิเศษและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเข้าด้วยกัน ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง (High-level Cognitive Activity) ความเข้าใจ ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ (Gathering Multiple Inputs to Formulate Strategy) การมีความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต (Anticipating and Creating a Future) วิธีการคิดเชิงปฏิวัติ (Revolutionary Thinking) และการกำหนดวิสัยทัศน์ (Creating a Vision) ซึ่งเป็นไปในทางทิศเดียวกับข้อค้นพบของ Hitt et al. (2009) สอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาขวัญยืน สุทนต์ (พงศสวัสดิ์) (2560) พบว่าสภาพการพัฒนภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีจำนวน 5 ด้าน โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ รองลงมา ด้านกิจกรรมที่ใช้ความคิดความเข้าใจระดับสูง รองลงมาด้านมีความสามารถในการรวบรวมข้อมูลต่างๆมากำหนดกลยุทธ์ได้ รองลงมาด้านความคิดเชิงปฏิวัติ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านความสามารถในการพยากรณ์และกำหนดอนาคต

จากการศึกษาของ จันทนา แสนสุข (2557) พบว่า ความสามารถภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Dess & Miller (1993) ซึ่งบ่งชี้ว่า กิจกรรมสำหรับความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ได้แก่ การกำหนดทิศทางขององค์กร (Setting a Direction) การออกแบบองค์กร (Designing the organization) การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร (Instilling a culture) ย่อมส่งผลต่อการดำเนินกิจการขององค์กร ดังนั้นภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรโดยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆภายในองค์กรตามทิศทางที่ชัดเจน โดย วรวัชร เทียมสุวรรณ วัชรพล วิบูลยศรีน ศิโรจน์ ผลพันธิน และเหม ทองชัย (2562) มองว่าผู้นำเชิงกลยุทธ์ในยุคปัจจุบันต้องมีการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็น

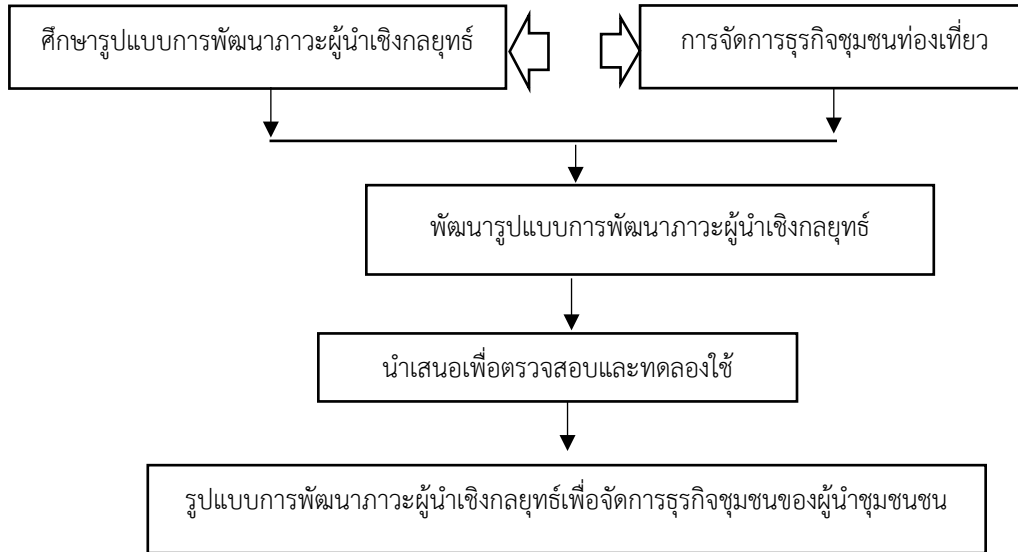
แนวทางในการปฏิบัติโดยมีการศึกษาสภาพแวดล้อมและสามารถวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาสขององค์กร และดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้เทคนิควิธีการต่าง ๆ มาช่วยประเมินผลการปฏิบัติงาน

Dess & Miller (1993) ป่งชี้ว่ากิจกรรมสำหรับความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การกำหนดทิศทางขององค์กร (Setting a Direction) การออกแบบองค์กร (Designing the organization) การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร (Instilling a culture) ย่อมส่งผลต่อการดำเนินกิจการขององค์กร โดย Dubrin (1998) ระบุว่าองค์ประกอบของผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต้องประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะพฤติกรรมและแนวทางการปฏิบัติโดยรวมคุณลักษณะทั้งของภาวะผู้นำที่มีความสามารถพิเศษและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเข้าด้วยกัน ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ 1) ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง (High-level Cognitive Activity) 2) ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ (Gathering Multiple Inputs to Formulate Strategy) 3) การมีความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต (Anticipating and Creating a Future) 4) วิธีการคิดเชิงปฏิวัติ (Revolutionary Thinking) และ 5) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Creating a Vision) ซึ่งเป็นไปในทางทิศเดียวกับข้อค้นพบของ Hitt et al. (2009) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยได้สรุปองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Dubrin (1998) และ Hitt et al. (2009)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาจะเห็นว่าผู้นำชุมชนจำเป็นต้องรู้หลักการบริหารจัดการ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะและกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและสามารถนำวิสัยทัศน์มาปฏิบัติได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน มีความพยายามวางแผนเชิงกลยุทธ์ มีความสามารถในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง และภายนอกได้แก่ อุปสรรคและโอกาส รู้จักจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การนำกลยุทธ์ไปใช้ ขั้นตอนควบคุมและการประเมินผล โดยผู้นำชุมชนจะมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ได้ย่อมต้องมีการพัฒนาด้วยรูปแบบที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้การพัฒนาผู้นำองค์กรให้ไปเป็นไปในทิศทางที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางการแข่งขันจึงเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ผู้บริหารเผชิญมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เมื่อผู้บริหารได้รับการพัฒนาย่อมใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ (Yukl, 1998) โดยวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำมีอยู่หลายรูปแบบ อาทิการทำความรู้จักตนเอง การสร้างวินัยในตนเอง การศึกษา ประสบการณ์ และการให้คำปรึกษา (Dubrin, 1998) ทั้งนี้การพัฒนาภาวะผู้นำควรมีการฝึกสอนโดยผู้นำที่ประกอบด้วยความรู้และประสบการณ์ด้วยการพัฒนาภาวะผู้นำด้วยกระบวนการสอน การฝึก การแนะนำ และการให้กำลังใจเป็นต้น ขณะนี้ นงลักษณ์ สิ้นสืบผล (2542) ได้กล่าวถึงวิธีการพัฒนาออกเป็น 3 วิธี ได้แก่ 1) การปฐมนิเทศ (Orientation) 2) การฝึกอบรม (Training) และ 3) การฝึกฝนตนเอง (Self-training) ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อหาองค์ประกอบที่เหมาะสมกับผู้นำชุมชนในกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำชุมชนท่องเที่ยวรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้นำชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยแบบพหุวิธี (Multiple methodology) ได้แก่การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Document analysis) การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ (Expert interview) และวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีขั้นตอนการวิจัย 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ที่มีขั้นตอนดังนี้

1) การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อคัดเลือกองค์ประกอบที่เหมาะสมของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สำหรับกลุ่มผู้นำชุมชนเพื่อสนับสนุนความสามารถทางการจัดการธุรกิจชุมชน

2) การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ (Expert interview) เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหาที่สอดคล้องกับนิยามการปฏิบัติการจำนวน 6 ท่าน โดยมีแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สำหรับการหาค่าองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำชุมชน ทำโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อวิเคราะห์ให้เหลือเฉพาะองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของ Dubrin (1998) และ Hitt et al. (2009) ซึ่งมีนักวิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบจากทั้งสองท่านอย่างแพร่หลาย

3) ประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้นำชุมชน ด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้กลุ่มผู้นำชุมชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ และกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงในพื้นที่ทั้ง 16 ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ตำบลศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ คือ ผู้นำชุมชนตำบลศรีเทพ

จำนวน 16 ชุมชน ได้แก่ 1.บ้านนาตะกรุด 1 2.บ้านนาตะกรุด 2 3.บ้านนาตะกรุด 3 4.บ้านโคกสะแกลาด 5.บ้านศรีเทพน้อย 6.บ้านบึงนางาน 7.บ้านท่าไม้ทอง 8.บ้านเกาะลำโพง 9.บ้านแม่น้ำแควป่าสัก 10.บ้านท่าเลียง 11.บ้านสระปรือ 12.บ้านรักไทย 13.บ้านหลักเมือง 14.บ้านคลองมะกอก 15. บ้านบึงนางาน 2 16. บ้านนาตะกรุดพัฒนา ประกอบด้วยบุคคลในตำแหน่งผู้นำชุมชน ของแต่ละชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน 1 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน 1 คน ตัวแทนคณะกรรมการหมู่บ้าน 2 คน ผู้นำกลุ่มอาชีพ 2 คน ผู้นำกลุ่มเกษตรกร 2 คน ผู้นำกลุ่มออมทรัพย์ 2 คน จำนวนรวม 160 คน

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ ตำแหน่งในชุมชน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 1.2 ที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้นำชุมชนจาก 10 ให้เหลือ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ 2) ด้านความสามารถในการรวบรวมปัจจัย 3) การบริหารทรัพยากรในองค์กรการบริหารทรัพยากรในองค์กร 4) สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร 5) การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุล และ 6) ความคิดเชิงปฏิบัติ โดยพัฒนาแบบสอบถามจากงานวิจัยของ กัลยรัตน์ เมืองสง (2550) และ สุรศักดิ์ ลาดรณศักดิ์ (2561)

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สำหรับองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหาที่สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการ และทำการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าเที่ยงตรงระดับสูงสามารถนำไปใช้ได้ โดยค่า IOC ของงานวิจัยนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 0.66 หากข้อคำถามที่มีค่าต่ำกว่า 0.50 แสดงว่ามีค่าเที่ยงตรงต่ำต้องดำเนินการปรับปรุง (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) สำหรับการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มผู้นำชุมชนท้องถิ่น ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 30 ราย แล้วทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของมาตรวัด (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ควรมีค่ามากกว่า 0.70 โดยค่าที่ตรวจสอบได้คือ 0.944 ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่ามีความสอดคล้องภายในระหว่างข้อคำถามในแต่ละด้าน (Hair et al., 2006)

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 160 ราย และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดำเนินการวิเคราะห์โดยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ เพศ ระดับ การศึกษา และ อาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำชุมชน 16 ชุมชน ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับคะแนนความคิดเห็น และจัดลำดับคะแนนความคิดเห็นในภาพรวมเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบการพัฒนากภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ดำเนินการดังนี้

การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อคัดเลือกกรูปแบบการพัฒนากภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สำหรับกลุ่มผู้นำชุมชน เพื่อสนับสนุนความสามารถทางด้านการจัดการธุรกิจชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้เชี่ยวชาญอันมีประสบการณ์เชิงวิชาการและการพัฒนาชุมชน โดยเจาะจงเลือกผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน ได้แก่ นักวิชาการและนักวิจัย 6 คน พัฒนาการอำเภอศรีเทพ 1 คน กำนันตำบลศรีเทพ 1 คน และประธานวิสาหกิจโฮมสเตย์เสลียงแห่ง 1 คน

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่เลือกคำตอบได้เพียง 1 คำตอบ (Multi response question or checklist questions) จากคำตอบหลายคำตอบที่กำหนดให้มา วิธีการพัฒนารูปแบบการพัฒนากภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกกรูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมมีจำนวนวิธีทั้งสิ้น 24 วิธี ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามจากกัลยรัตน์ เมืองสง (2550) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกวิธีการพัฒนากภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในแต่ละองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ได้จากขั้นตอน 1.2

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับวิธีการพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ครบคลุมเนื้อหาที่สอดคล้องกับนิยามการปฏิบัติการจำนวน 6 ท่าน

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ของแต่ละองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จำนวน 6 องค์ประกอบ

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : เพื่อประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จากองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากสุดเป็นเพศชายร้อยละ 52.5 และเพศหญิงร้อยละ 47.5 ตามลำดับ อายุระหว่าง 41-60 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.6 และน้อยที่สุดคือช่วงอายุระหว่าง 25-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตำแหน่งในชุมชนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกรรมการหมู่บ้านร้อยละ 43.8 รองลงมาคือกลุ่มแม่บ้านร้อยละ 20.0 ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านร้อยละ 10.0 ผู้ใหญ่บ้านร้อยละ 9.4 กำนันร้อยละ 0.6 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.2 ระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95.6 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 3.8 และน้อยสุดมีระดับการศึกษาระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 0.6 กลุ่มตัวอย่างทำอาชีพเกษตรกรรมมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 86.9 รองลงมาคือทำอาชีพรับจ้างทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 6.2 ทำอาชีพค้าขายร้อยละ 4.4 แม่บ้านร้อยละ 1.9 และน้อยสุดอาชีพรับราชการคิดเป็นร้อยละ 0.6

ส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาเลือกองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จาก 10 ด้านจากแนวคิดของ Hitt et al. (2009) และ Dubrin (1998) เหลือเพียง 6 ด้าน ดังนี้ 1) การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุล 2) ด้านการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร 3) ด้านการบริหารทรัพยากรในองค์กร 4) ด้านความคิดเชิงปฏิกิริยา 5) ด้านความสามารถในการรวบรวมปัจจัย 6) ด้านการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ และพิจารณาตัดองค์ประกอบออก 4 ด้าน ดังนี้ 1) ความคิดความเข้าใจในระดับสูง 2) ความสามารถในการพยากรณ์และการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต 3) การกำหนดวิสัยทัศน์ 4) มุ่งเน้นการปฏิบัติอย่างมีคุณธรรม ผลการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้นำชุมชน 16 ชุมชน

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุล	4.2448	0.87216	มาก
สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร	3.8781	0.96267	มาก
การบริหารทรัพยากรในองค์กร	3.7563	0.97570	มาก
ความคิดเชิงปฏิกิริยา	3.7083	0.98282	มาก
ความสามารถในการรวบรวมปัจจัย	3.6052	1.36215	มาก
การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์	3.5164	0.95304	มาก
รวม	3.7850	1.01809	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้นำชุมชน 16 ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7850$, S.D. = 1.01809) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2448$, S.D. = 0.87216) สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.8781$, S.D. = 0.96267) การบริหารทรัพยากรในองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7563$, S.D. = 0.97570) ความคิดเชิงปฏิกิริยาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7083$, S.D. = 0.98282) ความสามารถในการรวบรวมปัจจัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.6052$, S.D. = 1.36215) การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.5164$, S.D. = 0.95304) ดังตารางที่ 1

อภิปรายผลได้ดังนี้ ส่วนที่ 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 52.5 ช่วงอายุที่พบมากที่สุดส่วนใหญ่อยู่ระหว่างอายุ 41-60 ปี มีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 69.4 ระดับการศึกษาที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95.6 ด้านตำแหน่งในชุมชนส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นกรรมการหมู่บ้านร้อยละ 43.8 สำหรับอาชีพพบว่าทำอาชีพเกษตรกรรมมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 86.9 ผลจากการวิจัยในส่วนที่ 2 พบว่าศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้นำชุมชน 16 ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุล สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร การบริหารทรัพยากรในองค์กร ความคิดเชิงปฏิกิริยา ความสามารถในการรวบรวมปัจจัย การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ ตามลำดับ โดยอภิปรายผลในแต่ละด้านดังนี้

1. การจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุลพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การมีความรักและเอื้ออาทรต่อสมาชิกในชุมชนมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือปฏิบัติต่อผู้ได้บังคับบัญชาทุกคน โดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมและไม่มีอคติ ถัดมาคือทำงานตามหลักธรรมาภิบาล ปฏิบัติงานอย่างถูกต้องเที่ยงธรรม ซื่อสัตย์

สุจริตในการปฏิบัติงานอย่างเสมอต้นเสมอปลาย และการส่งเสริมสมาชิกในชุมชนปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และการกระตุ้นให้กลุ่มผู้นำหรือสมาชิกทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคีอย่างเต็มที่สุดความสามารถของตน โดยการสอดส่อง ดูแล ป้องกันการทุจริตภายในชุมชนอย่างเคร่งครัดมีค่าน้อยที่สุด

2. สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนทุกระดับได้ปฏิบัติงานร่วมกันมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แก้ปัญหาาร่วมกัน ถัดมาคือการมีจุดมุ่งหมายในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่จะปฏิบัติงานร่วมกันอย่างกระตือรือร้น และการมีวัฒนธรรมการทำงานที่สอดคล้องกับคนในชุมชนได้อย่างลงตัว และสามารถสร้างค่านิยมอันดีให้กับสมาชิกหรือเพื่อนร่วมงานในชุมชนได้ โดยมีการปรับเปลี่ยนค่านิยมในการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกมีค่าน้อยที่สุด

3. การบริหารทรัพยากรในองค์กรพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การส่งเสริมให้มีกิจกรรมปลูกฝังจิตสำนึกของกลุ่มผู้นำชุมชนและสมาชิกในการทำงานร่วมกันกับคนในชุมชนมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือการตั้งใจและกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน และการมอบหมายหน้าที่ต่างๆ ให้กับสมาชิกได้อย่างเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และการส่งเสริมการเรียนรู้ของกลุ่มผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชน เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการทำงาน และการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินงานในแต่ละส่วนได้อย่างเหมาะสมและมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายของการจัดการชุมชน โดยการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนกลุ่มผู้นำชุมชนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแหล่งธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนมีค่าน้อย

4. ความคิดเชิงปฏิวัติพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมและนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการภายในชุมชนมีค่ามากที่สุด รองลงมามีความคิดเชิงบวก และการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ถัดมาคือการมีการคิดนอกกรอบเพื่อหาเทคนิคหรือวิธีการใหม่ๆ และแล้วนำมาใช้ในการแก้ปัญหา และการมีความคิดเชิงรุกและสร้างแรงบันดาลใจให้เพื่อนร่วมงานเกิดความคิดริเริ่มในการทำงานและแก้ปัญหา และการมีความสามารถในการเชื่อมโยงความคิดต่างๆ จากมุมมองที่หลากหลาย เพื่อใช้แก้ไขปัญหา โดยการมีความคิดเชิงบูรณาการ สามารถเชื่อมโยงหน่วยย่อยๆ ที่เกี่ยวข้องกันกับชุมชน ให้เข้าด้วยกันกับกิจกรรมหลักๆ ของชุมชนได้มีค่าน้อยที่สุด

5. ด้านความสามารถในการรวบรวมปัจจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การสนับสนุนให้สมาชิกชุมชนทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน รองลงมาคือการวางแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ถัดมาคือ ความสามารถในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ความรู้และแนวคิดใหม่ๆ มาปรับปรุงข้อมูลเดิมที่มีอยู่ และความสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชน และการนำความรู้และข้อมูลในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการบริหารจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบและใช้ฐานข้อมูลมาช่วยวางแผนและบริหารชุมชนมีค่าน้อยที่สุด

6. ด้านการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ การมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางกลยุทธ์ รองลงมาคือการกำหนดทิศทางของชุมชนโดยสร้างวิสัยทัศน์เป้าหมาย หรือแผนงานที่ชัดเจนสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ถัดมาคือการมองอนาคตของชุมชนได้และสามารถมองออกว่าทิศทางกลยุทธ์จะออกมาในรูปแบบไหน การกำหนดกลยุทธ์ (ระยะสั้น ระยะยาว) โดยกำหนดทิศทางของกลยุทธ์ที่ชัดเจนและ

สามารถสร้างแบบแผนที่ทำให้คาดเดาอนาคตได้ และการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆมาช่วยกำหนดกลยุทธ์และทิศทาง โดยทักษะในการกำหนดกลยุทธ์ /ทิศทางของกลยุทธ์มีค่าน้อยที่สุด

จากงานวิจัยพบว่าองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำชุมชนทั้ง 6 ด้านประกอบด้วย 1) การกำหนดทิศทางกลยุทธ์ 2) ความสามารถในการรวบรวมปัจจัย 3) การบริหารทรัพยากรในองค์กร 4) การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร 5) การจัดตั้งองค์กรให้สมดุล และ 6) การมีความคิดเชิงปฏิวัติ ล้วนเป็นองค์ประกอบที่ผู้นำชุมชนพึงมี สอดคล้อง นิศรา หงษา (2560) ที่ศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในเขตจังหวัดร้อยเอ็ดพบว่าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีองค์ประกอบด้านการบริหารทรัพยากรในองค์กรมีระดับมากที่สุดและด้านการจัดตั้งควบคุมองค์กรให้สมดุลมีระดับต่ำที่สุด โดยผู้บริหารของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในจังหวัดร้อยเอ็ดสามารถแสดงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในระดับสูงเนื่องจากผู้บริหารมีความสามารถในการกำหนดนโยบายของหน่วยงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของกรมการพัฒนาชุมชน มีการบริหารจัดการงบประมาณได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐณิชา สังข์ศิลป์เลิศ และศรุตดิพงษ์ ภูวรัชรวานนท์ (2564) ที่ศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง รองลงมา คือด้านความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ ด้านการมีความคาดหวังและการสร้างโอกาส และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การคิดเชิงปฏิวัติ โดยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ยังมีอิทธิพลทางบวกต่อการจัดการบริหารความเสี่ยง และผลการศึกษาของ สุภณีชอุฒิ ตู๋พจ และวิระพงษ์ จันทรสนาม (2561) พบว่าด้านการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร ด้านการปฏิบัติอย่างมีคุณธรรมและด้านการควบคุมองค์กรเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์โดยมีความสัมพันธ์และผลกระทบทางบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม

ผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : เพื่อพัฒนารูปแบบพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

เมื่อวิเคราะห์ผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าศักยภาพของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์นั้นมีค่าประเมินอยู่ในลำดับสุดท้ายโดยเฉพาะการขาดทักษะการกำหนดทิศทางของผู้นำชุมชน ซึ่งด้านดังกล่าวคือหัวใจสำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ผู้เชี่ยวชาญดำเนินการพิจารณาร่วมกันและเลือกรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ โดยใช้หลักสูตรการวางแผนธุรกิจชุมชนเชิงกลยุทธ์ให้กับผู้นำชุมชน ๆ ละ 10 คน ทั้ง 16 ชุมชน โดยแบ่งกลุ่มการอบรมเป็น 4 กลุ่ม ๆ ละ 4 ชุมชน ซึ่งแต่ละกลุ่มจะเข้ารับอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจำนวน 2 ครั้ง ๆ ละ 2 วัน เพื่อให้เกิดกระบวนการตกผลึกความคิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของผู้นำชุมชน โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้เสริมด้วยกิจกรรมสนทนาการเพื่อผ่อนคลาย และการใช้รางวัลเป็นสิ่งจูงใจระหว่างการอบรม ทั้งนี้การประเมินรูปแบบพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์อันสนับสนุนความสามารถการจัดการธุรกิจชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ได้ทำการทดสอบผู้เข้าอบรมโดยใช้แบบทดสอบองค์ความรู้ก่อนและหลังการเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการเชิงเปรียบเทียบ พบว่าค่าคะแนนเพิ่มขึ้นในภาพรวมจากค่าเฉลี่ยร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 88 เป็นการแสดงให้เห็นว่าการได้รับองค์ความรู้ประกอบการฝึกทักษะการคิดแผนการวางแผนแบบมีส่วนร่วมทำให้ผู้นำชุมชนเกิดการซึมซับและความเข้าใจการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้เมื่อผู้นำชุมชนต้องการพัฒนาศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในแต่ละด้านให้มีศักยภาพมากขึ้น รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่จะช่วยพัฒนาผู้นำชุมชนให้มีศักยภาพภาวะผู้นำมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบการ

พัฒนาที่เหมาะสมย่อมช่วยให้ส่งเสริมและเสริมสร้างการพัฒนาในด้านที่ด้อยให้แข็งแกร่งขึ้นเป็นอย่างดี สำหรับรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมของผู้นำ 16 ชุมชนคือการอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมด้วยเนื้อหาการวางแผนธุรกิจชุมชนเชิงกลยุทธ์ จะเห็นได้ว่าผู้นำชุมชนที่เข้ารับการอบรมได้เรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีที่ได้รับการถ่ายทอดจากท่านวิทยากรที่มีความรู้ ได้ลงมือปฏิบัติจากการฝึกคิด วิเคราะห์ จากแบบฝึกที่สอดคล้องกับการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ รวมถึงได้มีส่วนร่วมในการระดมสมอง แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นจากชุมชนใกล้เคียง ซึ่งจะช่วยเปิดมุมมองของตนเองและยอมรับฟังจากความคิดเห็นจากหลากหลายมุมมองของผู้อื่น ทั้งนี้จะเห็นว่า การอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมสามารถทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเข้าถึงองค์ความรู้ได้หลายมิติ เรียนรู้หลักการ นำมาคิดวิเคราะห์แบบมีส่วนร่วม นำเสนอผลงานการวิเคราะห์ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ความรู้ที่มีประโยชน์จากรูปแบบการพัฒนาเพียงรูปแบบเดียวสามารถครอบคลุมองค์ความรู้ที่ผู้เข้าอบรมควรได้รับการเรียนรู้ สอดคล้องกับชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ (2546) ได้ กล่าวว่า การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกับการพัฒนาเป็นหลักการพัฒนาชุมชนที่รู้จักกันมานาน โดยมีหลักการ 6 หลักการ ได้แก่ 1) ร่วมคิด 2) ร่วมตัดสินใจ 3) ร่วมทำ 4) ร่วมรับประโยชน์ 5) ร่วมรับผิดชอบ 6) ร่วมประเมิณผล ซึ่งยอมรับโดยทั่วไปว่าถ้าสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเช่นนี้ได้จะนำไปสู่ความยั่งยืน

การนำไปใช้ประโยชน์

ประโยชน์เชิงทฤษฎี

งานวิจัยครั้งนี้จะช่วยสนับสนุนแนวคิดด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ผลการวิจัยบ่งชี้ให้เห็นว่าแนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สามารถนำมาใช้ในบริบทของกลุ่มผู้นำชุมชนซึ่งจะช่วยยืนยันได้ว่าแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาใช้ได้กับองค์กรต่าง ๆ ภายใต้อบริบทของประเทศไทยโดยเฉพาะกลุ่มผู้นำชุมชนที่ยังมีการศึกษาอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้สนใจได้เข้าใจและเห็นความสำคัญของแนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และนำแนวคิดดังกล่าวไปศึกษาต่อในอนาคตเพื่อให้เห็นในมุมมองที่แตกต่างมากขึ้น

ประโยชน์เชิงบริหารจัดการ

งานวิจัยครั้งนี้พบว่า องค์กรประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำ 16 ชุมชนช่วยให้ผู้นำชุมชนสามารถกำหนดทิศทางให้กับชุมชนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการจัดการธุรกิจชุมชนที่จะเกิดขึ้นหลังจากอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพได้ขึ้นเป็นมรดกโลก ทั้งนี้ผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานและใช้ทรัพยากรในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลสำเร็จมากกว่าการบริหารงานตามปกติ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้นำชุมชน ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับความคิดเชิงกลยุทธ์ให้กับผู้นำชุมชน และเพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มของผู้นำชุมชนควรมีการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดหลักสูตรการสร้างวิทยากรท้องถิ่นเพื่อให้วิทยากรท้องถิ่นเหล่านี้ได้นำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดให้กับชุมชนของตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสร้างหลักสูตรสำหรับพัฒนา ทักษะการเป็นวิทยากรชุมชนเพื่อเพิ่มเติม เทคนิค วิธีการใหม่ๆ ของการทำหน้าที่วิทยากรชุมชนเพื่อผู้นำชุมชนจะได้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และนำความรู้ที่วิทยากรได้รับการถ่ายทอดนำมาถ่ายทอดสู่ชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง

สรุป

ศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำชุมชนถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้นำ เนื่องจากผู้นำเป็นเสมือนเข็มทิศที่จะเป็นผู้กำหนดทิศทางของชุมชนให้เดินไปตามเป้าหมายที่แต่ละชุมชนตั้งไว้ จากผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้นำชุมชน

16 ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลนี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าชุมชนทั้ง 16 ชุมชนมีความคิดเชิงกลยุทธ์ที่พร้อมจะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน หากผู้นำชุมชนมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สูงย่อมส่งผลให้ชุมชนมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับเสนห์ จุ้ยโต (2545) ที่กล่าวว่า ผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับองค์กรทุกประเภท ไม่ว่าจะองค์กรของภาครัฐหรือเอกชน เนื่องจากองค์กรจะมีความเจริญรุ่งเรืองหรือตกต่ำหรือไม่เพียงใดนั้น สาเหตุหนึ่งมาจากการที่ผู้นำขององค์กรมีภาวะผู้นำเพียงพอที่จะโน้มน้าวชักจูงให้บุคลากรทำงานให้แก่องค์กรตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ดังนั้นเมื่อผู้นำชุมชนใดๆมีความสามารถในการคาดการณ์ มีมุมมองระยะยาวและสร้างความยืดหยุ่นให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ย่อมแสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนเหล่านี้ มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่พร้อมจะช่วยให้ชุมชนเกิดการพัฒนาความสามารถทางการจัดการบริหารธุรกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับทิพาวดี เมฆสุวรรณ (2545) ที่มองว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เป็นหัวใจของความสำเร็จในการทำงาน หากองค์กรใดมีการปรับปรุงหรือพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทันต่อการแข่งขัน ย่อมทำให้องค์กรคงอยู่รอดและผู้นักปฏิบัติหน้าที่ย่อมได้เรียนรู้และสร้างความก้าวหน้าให้ตนเองและองค์กร สอดคล้องกับ จันทนา แสนสุข (2557) พบว่า ความสามารถภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์กร กล่าวคือหากผู้นำชุมชนมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในระดับสูงย่อมส่งผลให้องค์กรหรือชุมชนประสบความสำเร็จจากการบริหารจัดการในชุมชนก่อให้เกิดการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สำหรับองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้นำชุมชนประกอบด้วย 6 ด้านได้แก่ 1) การกำหนดทิศทางกลยุทธ์ 2) ความสามารถในการรวบรวมปัจจัย 3) การบริหารทรัพยากรในองค์กร 4) การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร 5) การจัดตั้งองค์กรให้สมดุล และ 6) การมีความคิดเชิงปฏิวัติ ล้วนเป็นองค์ประกอบที่ผู้นำชุมชนพึงมี องค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยให้ผู้นำชุมชนสามารถกำหนดทิศทางให้กับชุมชนของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะการจัดการธุรกิจชุมชนที่จะเกิดขึ้นหลังจากอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพได้ขึ้นเป็นมรดกโลก อาทิเช่นผู้นำชุมชนที่มีความสามารถในการรวบรวมปัจจัยย่อมส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จสอดคล้องกับ กัญท์กณัฐ สุวรรณรัชภูมิ และคณะ (2556) ผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานและใช้ทรัพยากรในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลสำเร็จดีกว่าการบริหารงานตามปกติ

สำหรับรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนความสามารถด้านการจัดการธุรกิจชุมชน เมื่อผู้นำชุมชนต้องการพัฒนาศักยภาพภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในแต่ละด้านให้มีศักยภาพมากขึ้น การเลือกรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ให้เกิดประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากรูปแบบการพัฒนาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยพัฒนาผู้นำชุมชนให้มีศักยภาพภาวะผู้นำมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมย่อมช่วยให้ส่งเสริมและเสริมสร้างการพัฒนาในด้านที่ด้อยให้แข็งแกร่งขึ้นเป็นอย่างดี สำหรับรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมของผู้นำ 16 ชุมชน คือการอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมด้วยเนื้อหาการวางแผนธุรกิจชุมชนเชิงกลยุทธ์

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยดำเนินงานในช่วงระยะเวลาของการแพร่ระบาดโควิด 19 ทำให้ต้องดำเนินงานภายใต้มาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของทางจังหวัดที่จำกัดการรวมตัวกันทำกิจกรรมได้ครั้งละไม่เกิน 50 คน ซึ่งทำให้รูปแบบของการพัฒนาต้องปรับเปลี่ยนจำนวนผู้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมให้เป็นไปตามมาตรการดังกล่าว จากงานวิจัยที่พบว่าผู้นำชุมชนทั้ง 16 ชุมชนมีความพร้อมศักยภาพด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในระดับมากซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชน หากจะมองว่าธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพกลุ่มผู้นำชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการตลาดซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างชุมชนให้เกิดเป็นชุมชนท่องเที่ยว การตลาดจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับคนในชุมชน ดังนั้น

งานวิจัยที่จะช่วยต่อยอดให้ชุมชนขับเคลื่อนไปได้ดีคือการเพิ่มศักยภาพความสามารถทางการตลาดให้กับผู้นำและผู้คนในชุมชน รวมถึงศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560*. สืบค้น 10 เมษายน 2562, จาก <https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=11009>.
- กนกนรา พวงประยงค์ และวิภาภรณ์ เครือจันทร์. (2563). กลยุทธ์การบริหารจัดการองค์กร วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์ อำเภอบ้านลาด จังหวัด นครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการ มทร.สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(1), 56-71.
- กัญท์กัญญ์ สุวรรณรัชภูมิ สมชาย เทพแสง ทศนา แสงศักดิ์ และอภิธีร์ ทรงบัณฑิตย์. (2556). ภาวะผู้นำกลยุทธ์:รูปแบบของผู้นำยุคใหม่. *วารสารบริหารการศึกษา มศว.*, 10(18), 1-12.
- กัลยรัตน์ เมืองสง. (2550). *รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน(ปริญญาโท)* (ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์. (2551). แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน. *วารสารการพัฒนาท้องถิ่น*, 3(1), 55-63.
- จตุพร เสถียรคง. (2557). กลยุทธ์แห่งความสำเร็จในการบริหารการจัดการภาครัฐของไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 116-127.
- จันทนา แสนสุข. (2557). ปัจจัยที่เป็นเหตุและผลของความสามารถภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 19(1), 34-46.
- ชัยวัฒน์ ธีระพันธ์. (2546). *สื่อสารกับสังคมเครือข่าย เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรการ สร้างเครือข่ายที่มีพลัง*. กรุงเทพฯ: สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม.
- ณรงค์ศักดิ์ หอมมาลัย. (2556). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลยุคใหม่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 23 (2), 77-98.
- ณัฐณิชา สังข์ศิลป์เลิศ และศรุตพงษ์ ภูวรินทร์วานนท์ (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับการบริหารจัดการความเสี่ยงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา ประถมศึกษาสงขลา เขต 1. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 3(1), 56-83.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2560). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทิพาดี เมฆสุวรรณ. (2545). *กล้าคิด กล้าทำ กล้านำ กล้าเปลี่ยน*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. *การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัวจริง?*, สืบค้น 22 กรกฎาคม 2563), จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_29Oct2019.aspx
- ธรร สุนทรายุทธ. (2551). *การบริหารจัดการเชิงปฏิรูป ทฤษฎี วิจัย และปฏิบัติทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ : เนติกุล
- นงลักษณ์ สิ้นสืบผล. (2542). *การพัฒนาบุคคลและการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.

- นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ รั้งสรรค์ สิงห์เลิศ และสมสงวน ปัสสาโก. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 4(2), 103-111.
- นิศรา หงษา. (2560). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาองค์การ: การก้าวเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 7(2), 64-79.
- ปรารธนา มินเสน. (2560). ความรู้ความเข้าใจในการสร้างแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน. *วิทยากรวิจัยและวิทยากรปัญญา*, 15, 93-101.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). *สถิติธุรกิจ*. ศูนย์วิทยบริการ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพฯ
- ปิยพงศ์ บางใบ. (2560). *สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องมือประมงพื้นบ้าน ลุ่มแม่น้ำป่าสัก จังหวัดเพชรบูรณ์* (รายงานการวิจัย). เพชรบูรณ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- พระครูรัฐพัชรศาสน. (2558). บทบาทพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนในอำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*, 3(1), 63-71.
- พระมหาขวัญชัย สุนโธ (ปางทสวัสดิ์). (2560). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ตามแนวพุทธวิธีสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8, 312-329.
- วรวัชรช เทียมสุวรรณ วิชวล วิบูลยศรีน ศิโรจน์ ผลพันธิน และเหม ทองชัย. (2562). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 15(2), 219-231.
- ศิลปวัฒนธรรม. (2562). *ไทยเสนอ "อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ" สู่มรดกโลก*. สืบค้น 12 สิงหาคม 2562, จาก https://www.silpa-mag.com/news/article_14698
- ศิวพงศ์ สีเสียดงาม. (2556). *ศิลปกรรมในวัฒนธรรมเขมรที่เมืองศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)
- สุกัญญา แก้วนิ่ม. (2558). *การศึกษาความหลากหลายของพืชผักพื้นบ้านและภูมิปัญญาอาหารในท้องถิ่น ตำบลคลองกระจิง อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์* (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์)
- สุภักษ์วุฒิ ตู๊พจ และวิระพงศ์ จันทร์สนาม (2561). ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(1), 37-46.
- สุรัชย์ บุญเจริญ. (2548). การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนลุ่มน้ำเจ้าพระยาตอนบนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 1, 50-65.
- สุรศักดิ์ อดานศักดิ์. (2561). *รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสกลนคร* (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร)
- เสน่ห์ จุ้ยโต. (2545). *องค์การและการจัดการ*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Davies, B.J. & Davies, B. (2004). Strategic Leadership. *School Leadership and Management*, 24(1), 29-38.
- Dess, G. G. and Miller. (1993). *A. Strategic Management (Int'l ed.)*. Singapore : McGraw Hill.
- Dubrin A.J. (1998). *Leadership: Research findings, practice, and skills*. Boston : Houghton.

- DuBrin, A.J. (2004). *Leadership Research Findings, Practice, and Skills*. New York: Houghton Mifflin
- Hair, J.F. Jr, Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Englewood Cliffs: NJ Prentice-Hall International.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D. and Hoskisson, R.E. (2009). *Strategic management cases: competitiveness and globalization* (8th ed.). Canada: Nelson Education.
- Hitt, M. A., Haynes, K. T., & Serpa, R. (2010). Strategic leadership for the 21st century. *Business Horizons*, 53(5), 437-444.
- Ivancevich, J. M., Konopaske, R. and Matteson, M. T. (2008). *Organizational behavior and management* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Yukl, G.A. (1998). *Leadership in organizations* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.



Journal of Modern Management Science

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>



Service Quality Assessment of Mass Public Transit Related to Passenger Satisfaction: A Case Study of Nonthaburi

Jirawat Wongthongchai^{1*}

Article Information

Received: Jan 25, 2022

Revised: Apr 21, 2022

Accepted: Apr 28, 2022

Abstract

Establishing the service quality factor in enhancing and improving passenger satisfaction is fundamental in public transit development. The objective of this study was to assess the influence of quality of service, comprising five factors: tangibility, reliability, receptivity, assurance, and empathy, on passenger satisfaction of bus route 166 of Nonthaburi. The data were collected through a questionnaire. The data set was empirically analyzed using a survey of 473 respondents regarding their perceptions of the service provided of bus route 166 of the mass transit authority. The study conducted multiple regression analysis. The results showed that service quality affects passenger satisfaction by 3 factors: empathy, tangibility, and reliability have a positive impact on passenger satisfaction, respectively. Hence, this study also provides further insights into public transit value-added services. The research shows that employee empathy is the most important factor in promoting passenger satisfaction. The organization should encourage the selection and training of employees to be attentive to service and to perform their duties appropriately. Tangibility improvements by improving the condition of the bus in terms of cleanliness and appearance. Improving reliability by allocate the amount of vehicles sufficiently and consistently schedule.

Keywords: Service Quality, Passenger Satisfaction, Public Transport, Multiple Regression, Nonthaburi

¹ Faculty of Logistics and Transportation Management, Panyapiwat Institute of Management

Introduction

Public transit in developing nations has increased substantially due to environmental protection and global warming issues (Bigne et al., 2003). In Thailand, traffic problems bring about environmental issues and affect the population's living quality. Therefore, the promotion of public transport is a stated policy goal of the Thailand government agency. The transportation strategy expresses the desire to encourage passengers to turn to public transit by providing a high-quality service to improve public transit usage. Increasing public transport holds the potential utility for the community because it is an economic and environmental promotion.

According to non-profit organization. Public organizations are less concerned with market competition than private organizations. As a result, public organizations are less efficient in terms of the properties and employees' unavailability compared to non-government organizations (Andreassen, 1994). Additionally, public managers are often not rewarded for efficiency and lack the autonomy required by the private sector. Brysland and Curry (2001) noted that there is little incentive to enhance service quality because public organizations do not need to compete in the market like private organizations, resulting in public organizations invisible to the need for a customer service focus on their agencies (Gowan et al., 2001).

An essential aspect of public organization management is the growing awareness of the government's emphasis on delivering good service quality. Creating a quality of service that is superior to competitors has a positive effect on customer satisfaction and interest in service, causing the development of service quality to create a competitive advantage for the organization (Tam, 1999). Service quality research focuses on analyzing variables that affect customer behavior and creating marketing strategies to attract customers. (Boulding et al., 1993; Friman et al., 2001; Friman and Garling, 2001)

Promoting public transit is research that has compiled attention from the private and public sectors (Graham-Rowe et al., 2011). Improving the service quality of public transport is a strategy used to attract passengers to the increased use of public transport (Currie and Wallis, 2008). The study used a questionnaire to measure attitudes towards the service quality of public transport by questioning passengers. Based on the relevant literature review, the service quality factors, including tangibility, reliability, receptivity, assurance, and empathy, were established and the hypothesis and analysis of the impact of service quality factors on the satisfaction of public transport passenger.

Traffic problems cause pollution from greenhouse gases and noise. Greenhouse gas has a huge impact on the environment. International interest in greenhouse gas control, which has contributed to the Thai government's involvement in greenhouse gas reductions. Thailand faces traffic problems, especially Bangkok and its vicinities. The government therefore wants to promote the use of public transport to reduce traffic congestion. Chaeng Watthana Road in Nonthaburi Province is always a traffic jam due to the presence of government agencies. However, Nonthaburi has public transport services. Bus route 166 is an important bus because it is a bus service from Pak Kret District to Victory Monument, which has a large number of users.

Promoting the use of public transport will help to reduce traffic congestion, especially bus lines that are in constant use. The objective of this research was to promote the use of public transport by increasing passenger satisfaction, with a sample group of bus route 166 users.

Research objective

The objective of this study was to assess the influence of quality of service, comprising five factors: tangibility, reliability, receptivity, assurance, and empathy, on passenger satisfaction of bus route 166 of Nonthaburi.

Literature review

Service quality

The research stream focuses on the impact of service quality on consumer behavior. The research focused on the relationship between service quality and improvements in organization productivity (Zahorik & Rust, 1992). Boulding et al. (1993) and Liu et al. (2000) have studied the origins of consumer loyalty and its impact on the profits of the service sector. These studies support the argument that improvements in service quality have a positive influence on intention to use. However, it also shows that a superior level of service quality should be achieved (Zeithaml et al., 1996).

According to, Lewis & Booms (1983) and Parasuraman et al. (1988) defined service quality as an attitude or decision that is related to expectations as measured by the delivery of service that meets the expectations of the consumer. In quality assessment, which makes the concept of service quality complex and abstract, service quality must be assessed through the factors demonstrating the quality of service and can be compared with that. received and the expectations of the service users. (Zeithaml, 1988; Parasuraman et al., 1985). Attitude measurement is therefore linked to the quality of service. Attitude factors are widely used in the quality of service studies. However, there are many dimensions of attitude factors that need to be studied continuously (Olshavsky, 1985; Bitner & Hubbert, 1994)

Perceived service quality was defined as an importance factor in describing passenger satisfaction in public transport (Cronin et al., 2000). Due to the diversity of attitude factors used in the quality of service research that are associated with passenger satisfaction, the study of differences between usage contexts and differentiation factors remains unchanged. It is important to study the quality of service. (Anderson & Sullivan, 1993; Gotlieb et al., 1994; Patterson & Spreng, 1997; Roest & Pieters, 1997; Taylor, 1997; Taylor & Baker, 1994; Zeithaml et al., 1996).

Parasuraman et al. (1988) established five latent variables to measure service quality:

- Tangibility is a variable that emphasizes the tangible elements in the service process such as the condition of the place of service, equipment, tools, including the appearance and clothing of the customers wearing the service.

- Reliability is a variable that emphasizes the feelings of passengers in terms of the clarity of the information provided by the service provider. Information that passengers can use to evaluate and compare services and travel planning.

- Receptivity is a variable that emphasizes the accuracy and speed of the service process that employees provide to passengers.

- Assurance is a variable that focuses on creating a sense of safety in use and answering questions of passengers.

- Empathy is a variable that focuses on employee attention to customer service and facilities.

Passenger satisfaction is the feeling of a passenger who has received service and is compared to expectations and actual services. This research used quality of service to assess which dimensions of service quality affect passenger satisfaction.

Service quality is a comparison between customer service expectation and customer perception of the service actually received. This study was developed from the SERVQUAL scale (Parasuraman et al., 1988), which defines 21 five dimensions of service quality. The hypothesizes of this study are as follow:

H₁: Tangibility has a positive impact on passenger satisfaction

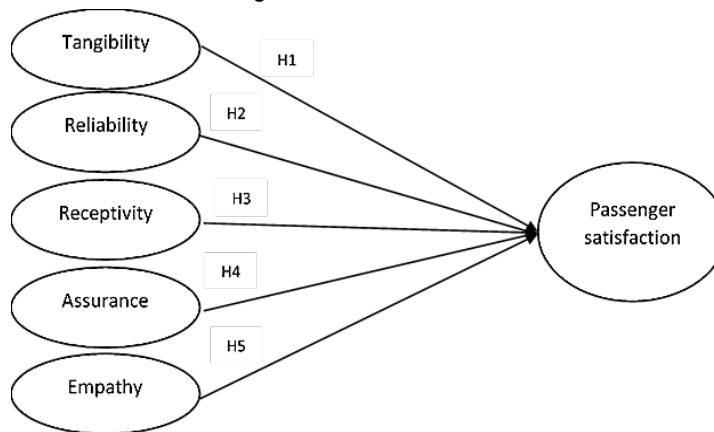
H₂: Reliability has a positive impact on passenger satisfaction

H₃: Receptivity has a positive impact on passenger satisfaction

H₄: Assurance has a positive impact on passenger satisfaction

H₅: Empathy has a positive impact on passenger satisfaction

Figure 1. Research framework



Research methodology

Population and sample

The population required in this study were passengers of the bus route 166. This study used convenient sampling to test the correlation of variables. According to Park & Sullivan (2009) convenient sampling can be performed in research to test the correlation of variables.

Collect data using surveys with a total of 473 samples were bus route 166 passengers in Nonthaburi, Thailand. The respondents were 18 years old and older. A simple random sampling technique was used; data were collected at different times of the day and on different days of the week. Data were collected via the self-administered questionnaire between October - December 2020 at Nonthaburi. The majority of respondents were female (76.7%) in terms of respondents' age. Most of the respondents were aged 21-30 (77.8%), and most respondents were students (95.8%).

Table 1 The profile of the respondent (N= 473)

Characteristic	Category	Number	%
Gender	Male	110	23.3
	Female	363	76.7
Age	18-20	98	20.7
	21-30	368	77.8
	31-40	6	1.3
	41-50	1	2.0
	More than 50	0	0
Education	Senior high school	12	2.6
	Bachelor	453	95.8
	Higher education	8	1.7
Occupation	Government employee	2	0.4
	Private employee	16	3.4
	Entrepreneur	1	2.0
	Student	453	95.8
	Unemployed	1	2.0
Monthly income	Less 10,000 THB	338	61.7
	10,000-20,000 THB	122	12.3
	20,001-30,000 THB	8	12.7
	More than 30,000 THB	5	13.3

Research tools

The objective of this research was to study the impact of service quality on passenger satisfaction. This research involved six latent variables: tangibility, reliability, receptivity, assurance, empathy, and passenger satisfaction. Diamantopoulos et al. (2012) argued that latent variables should be measured using multiple items. Therefore, as recommended by Buil et al. (2012), several entries were obtained from the relevant literature to ensure the validity of the content of the research variables. The research tool uses a five-point Likert scale from "Strongly disagree (1)" to "Strongly agree (5).

Table 2 List of latent variables and observed variables

Latent variable	Symbol	Observed variable	Code
Tangibility	TG	The buses are in good condition.	TG1
		Buses have attractive operations.	TG2
		Employees are of a professional nature.	TG3
		Service-related facilities are in good condition.	TG4
Reliability	RL	The bus provides complete information about the service.	RL1
		The buses provide good information about the service.	RL2
		Employees have the ability to deal with customer problems.	RL3
		Provides service as promised	RL4
Receptivity	RC	Staffs have fast service	RC1
		Customers get comfortable with services	RC2
		Buses meet the needs of customers	RC3
Assurance	AS	Employee behavior makes customers feel trusted.	AS1
		Employee behavior makes customers feel safe.	AS2
		The staffs are courteous.	AS3
Empathy	EM	Employees are knowledgeable in answering customer questions.	EM1
		Buses have schedules that are convenient for customers.	EM2
		Buses have routes that are convenient for customers.	EM3
		The buses have frequencies that are convenient for customers.	EM4
		Employees are attentive to customers.	EM5
		Employees are sincere in their service.	EM6
		Employees understand the needs of customers.	EM7

Latent variable	Symbol	Observed variable	Code
Satisfaction	ST	You like the feeling of using the bus.	ST1
		You feel that the use of the bus is suitable for the lifestyle.	ST2
		You are satisfied with the overall use of the bus.	ST3
		You will continue to use the buses in the future.	ST4

Table 3 Overview of service quality and passenger satisfaction by the public transportation passengers

Symbol	Variable	minimum	Maximum	Mean	S.D.
TG	tangibility	1	5	3.75	0.79
RL	reliability	1	5	3.73	0.82
RC	receptivity	1	5	3.70	0.79
AS	assurance	1	5	3.74	0.79
EM	Empathy	1	5	3.71	0.79
ST	satisfaction	1	5	3.80	0.76

Research tool development

The research questionnaire was developed to measure reliability to test the construct validity and reliability of the questionnaire. Two criteria were used to assess the validity of the structure: Kaiser Meyer Olkin value ≥ 0.5 ; p-value of Bartlett test of sphericity ≤ 0.05 (Hair et al., 2006; Lai and Chen, 2011). that all variables meet the structural validity criteria. The reliability of the variables was assessed based on the Cronbach coefficient α using the recommended exceeded value of 0.6 (Hair et al., 2006; Lai & Chen, 2011).

Statistical techniques

Data analysis was performed using multiple regression, a statistical analysis tool that the study use (Hair et al., 2006) to endorse those respondents are public transit passengers. The multiple-regression technique is a common method used by practitioners in marketing research. Multiple-regression analyses were performed to test simultaneous effects and partial effects of five independent variables on one dependent variable (Hair et al., 2006).

Results and Discussion

Results

The result of construct validity and reliability were confirmed that variables can be used to analyzed (KMO value ≥ 0.5 ; p-value of Bartlett test of sphericity ≤ 0.05 , Cronbach coefficient $\alpha \geq 0.6$). The result can be

seen in Table 4. Base on Table 5, Pearson's correlation is not more than 0.8, which indicates that the variables do not overlap and can be used for analysis. Data was analyzed using multiple regression. The results of the multiple regression analysis can be seen in the table. The p-value of the F statistic is 0.000 below 0.05, which means it can be used to predict public transport passenger satisfaction.

Base on Table 6, the first findings of this research show that tangibility has a positive and significant effect on passenger satisfaction ($B = 0.140$, $p\text{-value} = 0.007$). Therefore, H1 is supported. Second, this study found that the non-standard B coefficient of reliability was positive ($B = 0.122$), and the p-value was less than 0.05 ($p\text{-value} = 0.044$), meaning that reliability affected passengers' satisfaction positively and significant direction H2 is catered for. Third, it was founded that compassion significantly impacted passenger satisfaction ($B = 0.452$, $p\text{-value} = 0.000$), so H5 was supported.

The fourth finding of this study showed that exposure and confidence does not significantly affect passenger satisfaction, with the B and p-value equal to ($B = 0.069$, $p\text{-value} = 0.242$) and ($B = 0.070$, $p\text{-value} = 0.257$) respectively. Thus, rendering hypotheses H3 and H4 are not supported.

Table 4 Result of Construct validity and reliability

Variable	KMO	Bartlett's test of sphericity (sig.)	Cronbach coefficient α
Tangibility	.811	.000	.876
Reliability	.853	.000	.901
Receptivity	.744	.000	.890
Assurance	.837	.000	.911
Empathy	.924	.000	.933
Satisfaction	.840	.000	.903

Table 5 The result of Pearson correlation

Variable	TG	RL	RC	AS	EM	ST
TG	1					
RL	.750	1				
RC	.709	.774	1			
AS	.707	.731	.764	1		
EM	.691	.738	.752	.779	1	
ST	.736	.661	.658	.664	.709	1

Table 6 The result of regression model

Hypothesis	Estimate	Sig	Result
TG → ST	.140	.007	Supported
RL → ST	.122	.044	Supported
RC → ST	.069	.242	Not supported
AS → ST	.070	.257	Not supported
EM → ST	.452	.000	Supported

Discussion

The results showed that service quality affects passenger satisfaction by 3 factors: empathy, tangibility, and reliability have a positive impact on passenger satisfaction, respectively. Empathy is the most influential factor in passenger satisfaction. Improving empathy will allow more passengers to turn to bus services. Increasing empathy can be achieved through the importance of selecting employees who are service-minded and understand their responsibilities. In addition, staff must be trained to be able to answer questions and provide accurate information that passengers need. Having a clear schedule and information will help facilitate passengers and staff. Service providers therefore need to have a clear operating plan and have media used in public relations that reach passengers.

Tangibility plays an important role in increasing passenger satisfaction. Passenger satisfaction is a comparison of the feeling expected from management to what is actually received, showing that there is a marked difference between what is tangibility. The service provider can improve in a number of ways, such as improving the condition of the buses to be modern and clean, improve the bus stop to be modern and clean. There are signs posted to provide travel information and contact numbers for staff in case of any questions. Determining appropriate dress rules for employees.

Reliability is what service providers gain when they are able to provide clear and consistent service. It involves providing information and providing services that meet the information provided, where credibility plays an important role in the service industry. Clear functionality allows passengers to accurately assess what's being offered and to create peace of mind in their service as they don't have to worry about anything going beyond their expectation.

Improvement of the quality of service must be made continually. To maintain the quality of service, it is important to focus on employees as they are the ones who directly interact with customers. Service providers therefore have to pay attention to the selection. Train and retain talented employees because the quality of service goes with each employee.

Contributions

Theoretical implementation

Public transport passenger satisfaction is a key factor for the management of public transport operators. Due to the declining use of public transport and the increasing use of private cars (Sumaedi et al., 2012), Public transport providers have to realize the factors influencing passenger satisfaction. This study focuses on evaluating passenger satisfaction. This paper fills a gap in the literature by developing and evaluating a public transport passenger satisfaction model.

This research shows that public transit passenger satisfaction is influenced by tangibility, reliability, and empathy. At the same time, receptivity and assurance do not affect the satisfaction of public transport passengers. The insignificant effect of receptivity and assurance on public transport passenger satisfaction may be due to the limited alternative of the passenger in public transportation services. The variables used in the research can be used in relevant research. Moreover, variables in passenger satisfaction research can also add variables more than this study.

Managerial implementation

The findings provide management implications for public transport providers to establish passenger satisfaction. First, the results show that public transport providers should manage tangibility, reliability, and empathy. Second, the providers should focus on marketing and operational strategies to improve passenger tangibility, reliability, and empathy for public transport services.

Secondly, Public transport providers can also categorize passengers based on tangibility, reliability, and empathy. The classification can be used as information in passenger targeting for public transport providers. Third, our findings are also important to governments. Governments can develop a public transport efficiency index by using the variables of this study. Governments can use this index to examine the efficiency of public transport services and decide whether government intervention is necessary. The research shows that employee empathy is the most important factor in promoting passenger satisfaction. The organization should encourage the selection and training of employees to be attentive to service and to perform their duties appropriately. Tangibility improvements by improving the condition of the bus in terms of cleanliness and appearance. Improving reliability by allocate the amount of vehicles sufficiently and consistently schedule.

Conclusion

This research has tested the effect of different elements in service quality on passenger satisfaction. This study found that passengers' satisfaction was heavily influenced by tangibility, reliability, and empathy. Developing policies to promote the use of public transport must rely on research knowledge to come up with policies that meet passenger needs. Tangible is an important aspect of the development of public transport as it is the first thing that passengers will encounter and make an impression before they are served. The quality of service is

assessed on two factors: reliability and empathy. Reliability is a matter of being on time and having a service that meets passengers' expectations and empathy is up to the employee to show the passenger.

According to the results of passenger satisfaction studies, there are many reasons. Tangible things that are part of the station and the condition of the bus. Credibility is part of the service process and compassion is part of the employee. Increasing passenger satisfaction requires taking into account several elements and developing in parallel with all of them for a successful operation. Increased use of public transport will help to reduce pollution caused by traffic congestion and help to reduce greenhouse gas and oil consumption. International cooperation is essential in addressing environmental issues as environmental issues affect the people of the world.

Limitations and Future Research Directions

This research produces some interesting findings; however, there are limitations to be noted. First, this study used convenient sampling and also carry out data collection only in Nonthaburi, Thailand. Therefore, the results should not be applied in other contexts. Secondly, this study included only the variable from service quality as a predictor of passenger satisfaction. The R² was 68.4 percent, so we estimate that other variables remain that precede public transport passengers' satisfaction. Given the limitations, the researcher recommends incorporating other variables in the research model and providing public transport passengers from other areas related to test the model in future research.

Reference

- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143.
- Andreassen, T. W. (1994). Satisfaction, loyalty and reputation as indicators of customer orientation in the public sector. *International Journal of Public Sector Management*. 7(2), 16-34.
- Bigne, E., Moliner, M. A., & Sánchez, J. (2003). Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations: the case of Spanish public services. *Journal of Services Marketing*. 17(4), 420-442.
- Bitner, M. J., & Hubbert, A. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality. *Service quality: New directions in theory and practice*, 34(2), 72-94.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of marketing research*, 30(1), 7-27.
- Bryland, A., & Curry, A. (2001). Service improvements in public services using SERVQUAL. *Managing Service Quality: An International Journal*. 11(6), 389-401.
- Buil, I., de Chernatony, L., & Martínez, E. (2012). Methodological issues in cross-cultural research: An overview and recommendations. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 20(3), 223-234.

- Cronin Jr, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*, 76(2), 193-218.
- Currie, G., & Wallis, I. (2008). Effective ways to grow urban bus markets—a synthesis of evidence. *Journal of Transport Geography*, 16(6), 419-429.
- Diamantopoulos, A., Sarstedt, M., Fuchs, C., Wilczynski, P., & Kaiser, S. (2012). Guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: a predictive validity perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 434-449.
- Friman, M., & Gärling, T. (2001). Frequency of negative critical incidents and satisfaction with public transport services. II. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(2), 105-114.
- Friman, M., Edvardsson, B., & Gärling, T. (2001). Frequency of negative critical incidents and satisfaction with public transport services. I. *Journal of retailing and consumer services*, 8(2), 95-104.
- Gotlieb, J. B., Grewal, D., & Brown, S. W. (1994). Consumer satisfaction and perceived quality: complementary or divergent constructs?. *Journal of applied psychology*, 79(6), 875-885.
- Gowan, M., Seymour, J., Ibarreche, S., & Lackey, C. (2001). Service quality in a public agency: same expectations but different perceptions by employees, managers, and customers. *Journal of Quality Management*, 6(2), 275-291.
- Graham-Rowe, E., Skippon, S., Gardner, B., & Abraham, C. (2011). Can we reduce car use and, if so, how? A review of available evidence. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45(5), 401-418.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6): Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.
- Lai, W. T., & Chen, C. F. (2011). Behavioral intentions of public transit passengers—The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement. *Transport policy*, 18(2), 318-325.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. *Emerging perspectives on services marketing*, 65(4), 99-107.
- Liu, B. S. C., Sudharshan, D., & Hamer, L. O. (2000). After-service response in service quality assessment: a real-time updating model approach. *Journal of Services Marketing*, 14(2), 160-177.
- Olshavsky, R. W. (1985). Perceived quality in consumer decision making: an integrated theoretical perspective. *Perceived quality*, 4(1), 3-29.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.

- Park, H. H., & Sullivan, P. (2009). Market segmentation with respect to university students' clothing benefits sought: Shopping orientation, clothing attribute evaluation, and brand repatronage. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(2), 182-201.
- Patterson, P. G., & Spreng, R. A. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination. *International Journal of service Industry management*, 8(5), 414-434.
- Roest, H., & Pieters, R. (1997). The nomological net of perceived service quality. *International Journal of Service Industry Management*, 8(4), 336-351.
- Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., & Yarmen, M. (2012). The Empirical Study of Public Transport passenger 'Behavioral Intentions: The Role of Service Quality, Percieved Sacrifice, Percieved Value and Satisfaction (Case Study: Pasatransit Passengers in Jagata, Indonesia). *International Journal for Traffic & Transport Engineering*, 2(1).
- Tarn, J. L. (1999). The effects of service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 6(4), 31-43.
- Taylor, S. A. (1997). Assessing regression-based importance weights for quality perceptions and satisfaction judgements in the presence of higher order and/or interaction effects. *Journal of Retailing*, 73(1), 135-159.
- Taylor, S. and Baker, T. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.
- Zahorik, A. J., & Rust, R. T. (1992). Modeling the impact of service quality on profitability: a review. *Advances in services marketing and management*, 1(1), 247-276.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.

ภาคผนวก



ประกาศ วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ เรื่อง จริยธรรมการตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่

จริยธรรมการตีพิมพ์ของกองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่จะต้องมีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่ โดยคำนึงถึงจริยธรรมของกองบรรณาธิการ ดังนี้

1. สร้างความมั่นใจในกระบวนการดำเนินงานวารสารที่มีความโปร่งใส และสะท้อนถึงคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์
2. การตัดสินใจของบรรณาธิการต่อการยอมรับหรือปฏิเสธบทความวิจัยเพื่อการตีพิมพ์ มีความโปร่งใส ปราศจากอคติ สามารถชี้แจงต่อผู้นิพนธ์จนปราศจากข้อสงสัย
3. กองบรรณาธิการวารสาร มีการเปิดการรับฟังความคิดเห็น หรือข้อโต้แย้ง จากผู้นิพนธ์ หากผู้นิพนธ์มีความคิดเห็นแตกต่างจากการตัดสินใจของกองบรรณาธิการ
4. กองบรรณาธิการต้องปกปิดรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ และจัดเก็บหลักฐานคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งที่เป็นเอกสารหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยแก่ผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องทั้งแบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ
5. การตัดสินใจตอบรับหรือปฏิเสธบทความวิชาการใด จะต้องคำนึงถึงหลักการที่เป็นที่ยอมรับ เช่น การใช้เสียงข้างมาก หรือการเพิ่มผู้ทรงคุณวุฒิคนใหม่ เพื่อให้สามารถชี้ขาดได้
6. กองบรรณาธิการต้องเลือกผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความที่เหมาะสม หลากหลาย ไม่ทำการมอบหมายให้ผู้ทรงคุณวุฒิรายใดรายหนึ่งจนอาจจะก่อให้เกิดความมีอคติ
7. กองบรรณาธิการจะต้องดำเนินงานวารสารให้เป็นไปตามขั้นตอนและกรอบระยะเวลาที่กำหนดในแต่ละขั้นตอนโดยเคร่งครัด
8. กองบรรณาธิการมีหน้าที่ติดตามความประพฤติมิชอบ หากมีกรณีเกิดข้อสงสัย ซึ่งรวมถึงบทความวิจัยทั้งที่ได้รับการตีพิมพ์และยังไม่ได้รับการตีพิมพ์
9. กองบรรณาธิการควรพยายามทำให้เกิดความมั่นใจว่าได้มีการดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างถูกต้องด้วยหลักเหตุและผล
10. กองบรรณาธิการจะต้องแสดงหลักฐาน การดำเนินการกับผู้นิพนธ์หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมที่กองบรรณาธิการวารสารกำหนดไว้อย่างเหมาะสม

จริยธรรมของผู้ประเมิน (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

ผู้ประเมินจะต้องมีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่ในการพิจารณาบทความวิชาการ ดังนี้

1. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่พิจารณาแก่ผู้ไม่เกี่ยวข้องและควรส่งกลับคืนตามระยะเวลาที่กองบรรณาธิการวารสารกำหนด ไม่ประเมินด้วยความเร่งรีบ
2. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น รูปแบบการเขียน การใช้ภาษา ตลอดจนรายละเอียดของกระบวนการที่ได้มาซึ่งองค์ความรู้ ตามกระบวนการวิจัยที่ถูกต้องและเหมาะสม เช่น เนื้อหา วิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น และประโยชน์ของงานวิจัย
3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินด้วยความซื่อตรง ปราศจากอคติ
4. ผู้ประเมินบทความควรตระหนักว่า กรณีที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการหรือรู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น
5. ผู้ประเมินบทความพึงชี้ให้เห็นจุดแข็งและจุดอ่อน รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์และมีความเป็นวิชาการที่แท้จริง เพื่อให้ผู้พิมพ์นำไปปรับปรุงแก้ไขบทความนั้น
6. ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ หากพบว่า ส่วนใดส่วนหนึ่งของบทความมีการลอกเลียนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานของผู้อื่น

จริยธรรมของผู้พิมพ์

ผู้พิมพ์ จะต้องมีมีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่ โดยคำนึงถึงจริยธรรมของผู้พิมพ์ ดังนี้

1. บทความวิจัยที่ส่งให้ทางกองบรรณาธิการพิจารณาจะต้องเป็นบทความวิจัยที่ไม่มีการพิมพ์ซ้ำ/ซ้ำซ้อน (Duplications/Plagiarism)
2. บทความวิจัยที่ส่งมาให้กองบรรณาธิการพิจารณา ต้องไม่เป็นบทความวิจัยที่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารฉบับอื่นๆ
3. การอ้างอิง จะต้องเป็นการอ้างอิงที่ถูกต้อง สอดคล้องกับเนื้อหาบทความ และการลงรายการอ้างอิงต่างๆ จะต้องถูกต้องครบถ้วน ไม่ก่อให้เกิดการเข้าใจผิด หรือผิดเจตนาของเจ้าของบทความต้นฉบับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัดทอนเฉพาะเนื้อหาที่ไม่เป็นไปตามผู้เขียนบทความต้นฉบับแสดงเจตนาธรรม แต่ตัดข้อความเฉพาะที่ต้องการ ทำให้ประเด็นการนำเสนอของต้นฉบับอาจคลาดเคลื่อนได้
4. ควรหลีกเลี่ยงการอ้างอิงเอกสารที่ไม่ได้เกิดจากการค้นคว้าจากต้นฉบับที่แท้จริง แต่คัดลอกจากบทความอื่นแล้วนำมาอ้างอิงต่อ
5. ผู้พิมพ์จะต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
6. ผู้พิมพ์จะต้องแก้ไข ปรับปรุง การเขียนบทความตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำโดยเคร่งครัด ยกเว้นกรณีจำเป็นจริงๆ ที่ไม่สามารถแก้ไขตามคำแนะนำได้ โดยมีคำชี้แจงที่มีเหตุผลรองรับได้
7. ผู้พิมพ์ต้องปฏิบัติตามรูปแบบการเขียนที่กองบรรณาธิการกำหนดโดยเคร่งครัด และต้องตระหนักเสมอว่า การเขียนบทความวิจัยตามรูปแบบที่วารสารกำหนด เป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่ทางกองบรรณาธิการจะพิจารณารับหรือปฏิเสธการรับบทความวิจัยเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณา

การร้องเรียน

1. ผู้นิพนธ์สามารถร้องเรียน หรืออุทธรณ์ต่อกองบรรณาธิการได้ตามช่องทางที่ทางวารสารกำหนด และข้อร้องเรียนดังกล่าวจะได้รับการพิจารณาด้วยความรวดเร็ว
2. เมื่อกองบรรณาธิการได้ชี้แจงผลการพิจารณาข้อร้องเรียนแล้ว ผู้นิพนธ์ไม่ได้ร้องเรียนเพิ่มหรือมีข้อสงสัยอื่นเพิ่มเติมตามระยะเวลาที่กำหนด ถือว่าผู้นิพนธ์ไม่ติดใจผลการพิจารณานั้นอีกต่อไป



หลักเกณฑ์และรูปแบบการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ สำหรับวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยที่มีคุณภาพแสดงถึงคุณค่าทางวิชาการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) และเชิงการบริหารจัดการ (Managerial Contributions)
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่แวดวงวิชาการและสังคม ในการเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เชิงบริการธุรกิจในแขนงต่างๆ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ ตลอดจนจนประสบการณ์ระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชน

เนื้อหาและขอบเขต

1. เป็นบทความวิจัยเชิงปริมาณหรือแบบผสมวิธี (Mixed Method) อันเป็นผลงานที่เกิดจากงานวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ โดยมีกระบวนการที่ต้องตามระเบียบวิธีวิจัย ที่นำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ที่มีการอธิบายกระบวนการหรือระเบียบวิธีวิจัยได้ชัดเจนบนพื้นฐาน ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มข้น
2. เป็นงานวิจัยที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ (เชิงทฤษฎี หรือการนำไปใช้ประโยชน์ต่อองค์กร ทั้งเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ หรือเชิงการบริหารจัดการในวงกว้าง ไม่เป็นงานวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง) โดยศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย
 - 2.1 บริหารธุรกิจและการจัดการ/การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ/การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์/การบริหารทรัพยากรมนุษย์/การจัดการการค้าปลีกและค้าส่ง
 - 2.2 การตลาด
 - 2.3 การบัญชี/การเงิน
 - 2.4 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ/การลงทุน
 - 2.5 การท่องเที่ยว/การโรงแรม/การบริการ
 - 2.6 คอมพิวเตอร์ธุรกิจ/เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ/อีคอมเมิร์ซ
 - 2.7 สหวิทยาการหรือศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ

คำชี้แจงเกี่ยวกับรายละเอียดการเผยแพร่วารสาร

- วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ (JMMS) มีกำหนดเผยแพร่วารสารฉบับปกติ (Regular Issues) ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้
 - ฉบับที่ 1 ของแต่ละปี ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน
 - ฉบับที่ 2 ของแต่ละปี ระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม
- รูปแบบการเผยแพร่ มี 2 รูปแบบ ประกอบด้วย
 - รูปแบบการตีพิมพ์ หมายเลข ISSN 2408-2619 (Print) ตั้งแต่ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน) พ.ศ. 2550
 - รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายเลข ISSN 2673 - 0367 (online) ตั้งแต่ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม) พ.ศ.

2561

การพิจารณาบทความ

บทความที่ผ่านการพิจารณาขึ้นต้นจากกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ จะถูกส่งต่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยจะมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้ว และทำการตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความถึงรูปแบบการจัดพิมพ์ ความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ในกรณีที่จะต้องมีการแก้ไข กองบรรณาธิการจะส่งคืนให้แก่ใจตามข้อเสนอแนะเบื้องต้น และให้ส่งกลับคืนมาภายในระยะเวลาที่กำหนด

2. เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความฉบับแก้ไข จะดำเนินการส่งบทความเพื่อทำการกลั่นกรองต่อไป โดยจะส่งให้ **ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คนต่อบทความ** เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยในกระบวนการพิจารณาครั้งนี้นี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ส่งบทความ (Triple blind peer review) เพื่อลดอคติที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้ส่งบทความ

3. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านได้พิจารณาการกลั่นกรองบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้นๆ ควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรที่จะส่งให้กับผู้ส่งบทความนำกลับไปแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการตีพิมพ์ โดยมีการพิจารณาดังนี้

3.1 การพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์

- บทความวิจัยอยู่ในขอบเขตของทางวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ที่ได้รับไว้บนหน้าเว็บไซต์
- ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมีการประเมินให้บทความผ่านการพิจารณา **อย่างน้อย 2 ใน 3 ท่าน**
- ผู้ส่งบทความได้ปรับ/แก้ไขบทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านอย่างครบถ้วน

3.2 การปฏิเสธการตีพิมพ์

- บทความวิจัยอยู่ **ไม่อยู่ใน**ขอบเขตของทางวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ที่ได้รับไว้บนหน้าเว็บไซต์
- ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมีการประเมินให้บทความผ่านการพิจารณา **น้อยกว่า 2 ใน 3 ท่าน**
- ผู้ส่งบทความ **ไม่ได้ปรับ/แก้ไข**บทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านอย่างครบถ้วน

ค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความวิจัย

1. ค่าธรรมเนียมจะถูกเรียกเก็บก่อนส่งบทความวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลับกรองบทความ
2. หลังจากชำระค่าธรรมเนียมแล้ว หากบทความของท่านไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หรือท่านเปลี่ยนใจที่จะไม่ตีพิมพ์บทความกับทางวารสาร **ท่านจะไม่ได้รับการคืนเงินค่าธรรมเนียม ไม่ว่ากรณีใดๆ ก็ตาม**
3. ค่าธรรมเนียมปกติ 5,000 บาท/บทความ สำหรับบทความวิจัยจำนวนไม่เกิน 12 หน้า
4. ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม 300 บาท/หน้า ตั้งแต่หน้าที่ 13 เป็นต้นไป

ตัวอย่าง

นางสาว A ส่งบทความที่มีความยาวหน้ากระดาษ จำนวน 16 หน้า จะคิดค่าธรรมเนียมดังนี้

หน้าที่ 1 – 12	คิดค่าธรรมเนียม	5,000 บาท
หน้าที่ 13 – 16 (เกิน 3 หน้า)	คิดค่าธรรมเนียม (3 หน้า x 300 บาท)	<u>900</u> บาท
	รวมค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์	<u>5,900</u> บาท

การส่งบทความผ่านระบบ

1. ให้ผู้เขียนส่งบทความต้นฉบับทั้งในรูปแบบไฟล์ .pdf และ .docx (ของดเว้นการใช้เครื่อง Mac ในการเขียนบทความ เนื่องจากอาจมีปัญหาในการจัดรูปแบบบทความของกองบรรณาธิการ) และขอให้ใส่เลขหน้า (มุมขวาบน) ลงในบทความเพื่อความสะดวกในการอ้างอิงเมื่อจำเป็นต้องแก้ไข

2. บทความที่ส่งจะต้องเป็นไปตามรูปแบบ (Template) ที่ทางวารสารกำหนด โดยตัวอย่างของ Template จะแสดงในหัวข้อ “**ตัวอย่างรูปแบบการเขียนบทความ**”

3. การส่งบทความ ให้ผู้เขียนดำเนินการส่งบทความผ่านระบบการรับบทความออนไลน์ของ Thaijo ตามลิงค์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS> ซึ่งผู้ส่งบทความจะต้องลงทะเบียนสมัครสมาชิกให้เรียบร้อยก่อน จึงจะสามารถส่งบทความออนไลน์ต่อไปได้ โดย**ในขั้นตอนนี้ ห้ามผู้เขียนชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ก่อนโดยเด็ดขาด** จนกว่าท่านจะได้รับแจ้งให้ชำระเงินจากกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่

4. การปรับแก้บทความก่อนส่งผู้ทรงคุณวุฒิ ในขั้นตอนนี้บทความของท่านจะได้รับการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ และอาจมีการส่งกลับให้ท่านแก้ไข เมื่อท่านปรับแก้เรียบร้อยแล้วและผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้ว ทางวารสารจึงจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากท่าน ก่อนจะส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา

5. สำหรับบทความที่ได้รับผลการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผ่านการพิจารณาอย่างน้อย 2 ใน 3 ท่าน บทความดังกล่าวจะต้องได้รับการปรับแก้ตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำอย่างครบถ้วนเสียก่อน และผ่านเกณฑ์มาตรฐานของวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ จึงจะได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์ได้ ซึ่งผู้เขียนจะต้องส่งไฟล์บทความทั้งในรูปแบบนามสกุล .doc และ .pdf

รูปแบบและแนวการเขียนบทความวิจัย

1. ความยาวของบทความ

การส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ สามารถเสนอให้พิจารณาได้ทั้งบทความภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ความยาวระหว่าง 10 – 12 หน้ากระดาษ A4 (รวม รูปภาพ ตาราง และรายการอ้างอิง) หากผู้ส่งบทความเขียนบทความเกินกว่ากำหนด ตั้งแต่หน้าที่ 13 เป็นต้นไปทางวารสารจะคิดค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมหน้าละ 300 บาท

2. การกำหนดขนาดกระดาษและตัวอักษร

2.1 ขนาดกระดาษที่ใช้: A4

2.2 การตั้งค่าน้ำกระดาษ

ขอบบน 1.2 inch หรือ 3.175 cm.

ขอบล่าง 1 inch หรือ 2.54 cm.

ขอบซ้าย 1 inch หรือ 2.54 cm.

ขอบขวา 1 inch หรือ 2.54 cm.

2.3 ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 18 pt ตัวหน้า เฉพาะชื่อบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4 ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 14 pt

2.4.1 ตัวปกติ สำหรับเนื้อหา

2.4.2 **ตัวหนา** สำหรับหัวข้อหลัก หัวข้อย่อย และการเน้นข้อความการปฏิเสธหรือยอมรับสมมติฐาน

3 องค์ประกอบของบทความวิจัย ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

3.1 ชื่อบทความ (Title)

ชื่อบทความภาษาไทย ให้กำหนดชื่อโดยใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ มีความกระชับ สามารถสื่อจุดประสงค์ของการวิจัยได้อย่างชัดเจน และต้องมีชื่อบทความภาษาอังกฤษ (ให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ทุกคำยกเว้นบางกรณี ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไปและไม่ให้ใช้ตัวสัญลักษณ์ต่างๆ ในการพิมพ์ชื่อเรื่อง)

ชื่อบทความภาษาอังกฤษ ไม่ต้องระบุชื่อบทความภาษาไทย และมีหลักการเขียน ดังต่อไปนี้

- 1) ตัวอักษรต้น (First Letter) ของคำแรกของชื่อเรื่อง ให้เป็นอักษรพิมพ์ใหญ่เสมอ
- 2) คำนำหน้านาม (Article) บุพบท (Preposition) และสันธาน (Conjunction) หากไม่ใช่คำแรกของชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวพิมพ์เล็กทั้งคำ เช่น and, by, for, or, to, upon, with, in, on, at, under เป็นต้น
- 3) คำกริยาที่มี “to” นำหน้า (Infinitives) ให้ใช้ “to” เป็นตัวพิมพ์เล็ก และคำกริยาที่ต่อ “to” ให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ เช่น คำว่า “to enhance” ให้เขียนเป็น “to Enhance” หรือ “to create” ให้เขียนเป็น “to Create” หรือ “to evaluate” ให้เขียนเป็น “to Evaluate” เป็นต้น
- 4) คำที่มีการเชื่อมคำด้วยเครื่องหมาย ยัติภังค์ หรือ ยัติภังค์ (Hyphen) หรือ “-” มีข้อกำหนดดังนี้
 - หากเป็นคำกริยาที่เกิดจากการนำคำสองคำมาผสมกัน ให้ใช้อักษรต้นของคำแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ อักษรตัวอื่นๆ ที่เหลือให้เป็นตัวพิมพ์เล็กทั้งหมด เช่น คำว่า “take-off” ให้เขียนเป็น “Take-off” เป็นต้น
 - หากความหมายของคำไม่ใช่คำกริยา ให้ใช้ตัวอักษรต้นของทั้งสองคำเป็นตัวพิมพ์ เช่น “child-centered” ให้เขียนเป็น “Child-Centered” หรือคำว่า “fifty-fifty” ให้เขียนเป็น “Fifty-Fifty” หรือ “post-colonial” ให้เขียนเป็น “Post-Colonial”

ตัวอย่างการเขียนชื่อบทความภาษาอังกฤษ

A Guideline for Writing Articles in the Journal of Modern Management Science

3.2 ชื่อผู้เขียน (Author)

บทความภาษาไทย ระบุชื่อ นามสกุล และสังกัด ถ้ามีผู้วิจัยหลายคนให้ใช้หมายเลขกำกับตามลำดับและลงเครื่องหมาย (*) เฉพาะผู้เขียนหลัก ตามด้วยชื่อหน่วยงาน หมายเลขโทรศัพท์ และ e-mail address **ด้วยการแทรกเชิงบรรทัดย่อหน้าแรก** (ในส่วนหมายเลขโทรศัพท์ และ e-mail address จะไม่ปรากฏในบทความเมื่อได้รับการตีพิมพ์)

บทความภาษาอังกฤษ ไม่ต้องกำหนดชื่อผู้เขียนเป็นภาษาไทย โดยให้ใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะอักษรแรกของชื่อและนามสกุล ถ้ามีผู้วิจัยหลายคนให้ใช้หมายเลขกำกับตามลำดับและลงเครื่องหมาย (*) เฉพาะผู้เขียนหลัก ตามด้วยชื่อหน่วยงาน หมายเลขโทรศัพท์ และ e-mail address **ด้วยการแทรกเชิงบรรทัดย่อหน้าแรก** (ในส่วนหมายเลขโทรศัพท์ และ e-mail address จะไม่ปรากฏในบทความเมื่อได้รับการตีพิมพ์)

3.3 บทคัดย่อ (Abstract)

บทความภาษาไทย ประกอบด้วย บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ กำหนดความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด (สำหรับภาษาไทย) และไม่เกิน 300 คำ (สำหรับภาษาอังกฤษ) โดยให้สรุปเนื้อหาของบทความทั้งหมดให้เข้าใจที่มาของการวิจัย วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินการวิจัยโดยย่อ การใช้วิธีการทางสถิติ ผลการวิจัยรวมถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ถ้ามีการทดสอบ) วิธีการนำไปใช้ประโยชน์ โดยให้ความหมายเหมือนกันทั้งบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ (Keywords) ให้ระบุได้ 3 – 5 คำ ระบุไว้ท้ายบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

บทความภาษาอังกฤษ ไม่ต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย และใช้หลักเกณฑ์การเขียนเช่นเดียวกับบทคัดย่อภาษาไทย รวมถึง Keywords ด้วย

3.4 เนื้อหาของบทความวิจัย (Content) ประกอบด้วยด้วยหัวข้อและรายละเอียดดังนี้

3.4.1 บทนำ (Introduction)

เขียนให้กระชับ ไม่ควรเกิน 25 บรรทัด โดยชี้ให้เห็นที่มาและความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ มีผู้ใดเคยทำงานวิจัยหรือศึกษาในลักษณะใกล้เคียงแล้วบ้าง ได้ผลอย่างไร (อ้างอิง) รวมถึงการระบุประเด็นปัญหาวิจัย

3.4.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

เขียนเป็นความเรียงหรือจัดลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์การวิจัยแล้วเรียงเป็นหัวข้อ

3.4.3 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1) ทฤษฎี/แนวคิด/เอกสาร หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2) **สมมติฐานการวิจัย** ให้ระบุภายใต้หัวข้อการทบทวนวรรณกรรม โดยไม่ต้องแยกหัวข้อสมมติฐานการวิจัยออกมาเป็นหัวข้อหลัก

3) การเขียนอ้างอิงในเนื้อหา **ควรหลีกเลี่ยงการอ้างอิงที่ต่อจากคนอื่น** เช่น (อ้างถึงใน นพชัย สิ้นสุนทร, 2563)

3.4.4 ระเบียบวิธีการวิจัย (Research Methodology)

อธิบายวิธีดำเนินการให้เห็นขั้นตอน กระบวนการ ระบุขอบเขตของการวิจัย วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจน เครื่องมือที่ใช้วัดและคุณภาพของเครื่องมือ ในลักษณะที่หากมีผู้อื่นต้องการทำวิจัยในลักษณะเดียวกันสามารถอ่านและนำไปปฏิบัติได้ ภายใต้หัวข้อ “ระเบียบวิธีการวิจัย” อย่างน้อยต้องประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ต่อไปนี้

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)
- 2) เครื่องมือวิจัย (Research Tools)
- 3) การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Tools Development)
- 4) สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล (Statistical Techniques)

3.4.5 ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (Results and Discussion)

ให้อธิบายผลการวิจัยที่ได้พร้อมอภิปรายผลมาพร้อมกันในหัวข้อนี้ เช่น ผลการวิจัยกล่าวว่าเพศหญิงมีความต้องการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยมากกว่าเพศชาย ให้อภิปรายผลว่า สอดคล้องกับทฤษฎี/แนวคิด/งานวิจัยของผู้ใด และสอดคล้องอย่างไร หรือหากเกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ไม่เคยถูกอ้างในทฤษฎี/แนวคิด/งานวิจัยผู้ใดมาก่อน ก็ให้เขียนอภิปรายองค์ความรู้ใหม่นี้ว่าเป็นอย่างไร

3.4.6 การนำไปใช้ประโยชน์ (Contributions) ประกอบด้วย 2 หัวข้อย่อย ดังนี้

- 1) ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical Contribution)
- 2) ประโยชน์เชิงบริหารจัดการ (Managerial Contribution)

3.4.7 สรุป (Conclusion)

สรุปประเด็นสำคัญของบทความอย่างย่อ เช่น วัตถุประสงค์ ผลการศึกษา หรือผลการทดสอบสมมติฐาน และอ้างอิงให้เห็นว่างานดังกล่าวได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ นวัตกรรมหรือทางเลือกใหม่ให้แก่ พื้นที่ องค์กร ชุมชน สังคมและประเทศชาติอย่างไร อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากผลการดำเนินงานให้เป็นรูปธรรม **โดยไม่ต้องอภิปรายเหตุผลสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานว่าสอดคล้องหรือไม่สอดคล้อง (เนื่องจากได้ระบุแล้วในหัวข้อผลการวิจัยและอภิปรายผล)**

3.4.8 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต (Limitations and Future Research Directions)

- 1) เสนอแนะแนวทางที่จะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น หรือสิ่งที่ทำให้ข้อจำกัดในงานวิจัยครั้งต่อไปลดลง
- 2) นำเสนอแนวทางหรือหัวข้อการศึกษาที่สามารถศึกษาต่อไปในอนาคต

3.4.9 รายการอ้างอิง (References)

- 1) การเขียนรายการอ้างอิง ห้ามใช้ชื่อย่อสำหรับการอ้างอิงวารสาร/วิทยานิพนธ์
- 2) รายการอ้างอิงท้ายบทความที่เป็นวารสาร หรือหนังสือ จะต้องปรากฏเลขหน้าทุกรายการ และเป็นรูปแบบเดียวกัน
- 3) ภายในบทความ หากมีภาพหรือตารางประกอบที่อ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลใด ให้ระบุแหล่งอ้างอิงดังกล่าวลงในหัวข้อ **“รายการอ้างอิง (References)”** ด้วย

- 4) รูปแบบรายการอ้างอิงให้ใช้หลักเกณฑ์ของ APA6 citation style ดังนี้

4.1 การอ้างอิงเนื้อหาในบทความ

4.1.1 การอ้างอิงก่อนข้อความ

ให้ใช้รูปแบบ

ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)

ตัวอย่าง

Black (2006) กล่าวถึง/ได้นิยาม/อธิบายว่า/.....

Nunnally & Bernstein (1994) กล่าวถึง/ได้นิยาม/อธิบาย.....
Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham (2006) กล่าวถึง/ได้นิยาม/อธิบาย
..... (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่งกลุ่มนี้เป็นครั้งแรก)
Hair et al. (2006) กล่าวถึง/ได้นิยาม/อธิบาย..... (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่ง
กลุ่มนี้ตั้งแต่ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)
สมหมาย ภาชี (2557) กล่าวถึง/ได้นิยาม/อธิบาย.....
ขวัญหทัย มิตรภานนท์ และทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร (2562) กล่าวถึง/ได้นิยาม/
อธิบาย.....
ธีระ เทิดพุทธธรรม, สุรีย์ กาญจนวงศ์ และไพศาล จันทรงษ์ (2562) กล่าวถึง/ได้
นิยาม/อธิบาย..... (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่งกลุ่มนี้เป็นครั้งแรก)
ธีระ เทิดพุทธธรรม และคณะ (2562) กล่าวถึง/ได้นิยาม/อธิบาย
..... (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่งกลุ่มนี้ตั้งแต่ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)

4.1.2 การอ้างอิงท้ายข้อความ

ให้ใช้รูปแบบ

(ผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

ตัวอย่าง

.....ข้อความ.....(Black, 2006)
.....ข้อความ.....(Nunnally & Bernstein, 1994)
.....ข้อความ.....(Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham,
2006) (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่งกลุ่มนี้เป็นครั้งแรก)
.....ข้อความ.....(Hair et al., 2006) (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่ง
กลุ่มนี้ตั้งแต่ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)
.....ข้อความ.....(สมหมาย ภาชี, 2557)
.....ข้อความ.....(ขวัญหทัย มิตรภานนท์ และทิพย์รัตน์ เลหา
วิเชียร, 2562)
.....ข้อความ.....(ธีระ เทิดพุทธธรรม, สุรีย์ กาญจนวงศ์ และ
ไพศาล จันทรงษ์, 2562) (ใช้กรณีที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่งกลุ่มนี้เป็นครั้งแรก)
.....ข้อความ.....(ธีระ เทิดพุทธธรรม และคณะ, 2562) (ใช้กรณี
ที่ได้กล่าวถึง ผู้แต่งกลุ่มนี้ตั้งแต่ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)

4.2 การอ้างอิงในรายการอ้างอิง (หัวข้อสุดท้ายของบทความ)

ให้อ้างอิงโดยใช้ หลักเกณฑ์ของ APA6 citation style

ตัวอย่าง รูปแบบการเขียนบทความ (บทความภาษาไทย)

ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH Sarabun New 18 pt. หนา ชิดซ้าย)

<1 enter size 16>

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 18 pt. หนา ชิดซ้าย)

<1 enter size 16>

ชื่อ-สกุลภาษาไทย (TH Sarabun New 16 pt. ตัวปกติ ชิดซ้าย)

ชื่อ-สกุลภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 16 pt. ตัวปกติ ชิดซ้าย)

หลักการเขียนชื่อผู้แต่ง

กรณีผู้แต่ง 1 คน

ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งหลัก¹

Name-Surname author¹

เชิงอรรถท้ายหน้าแรก

¹รายละเอียดของผู้เขียนภาษาไทย (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ e-mail

รายละเอียดของผู้เขียนภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ e-mail

ตัวอย่าง

¹สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โทรศัพท์ 089-9998888 email: aaa@hotmail.com

Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Tel.089-9998888, email: aaa@hotmail.com

กรณีผู้แต่ง 2 คน อยู่ในสังกัดเดียวกัน/คนละสังกัด

ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งหลัก* ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง² (เครื่องหมาย* ใส่เฉพาะผู้แต่งหลัก)

Name-Surname author¹* Name-Surname author²

เชิงอรรถท้ายหน้าแรก (ขอให้ผู้เขียนศึกษาหลักการใส่เชิงอรรถของโปรแกรม Microsoft Word ให้ถูกต้อง)

¹รายละเอียดของผู้เขียนภาษาไทย (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ e-mail

รายละเอียดของผู้เขียนภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ e-mail

²รายละเอียดของผู้เขียนภาษาไทย (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด (ไม่ต้องใส่เบอร์โทรศัพท์และe-mail)

รายละเอียดของผู้เขียนภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด (ไม่ต้องใส่เบอร์โทรศัพท์และe-mail)

ตัวอย่าง

¹สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โทรศัพท์ 089-9998888 email: aaa@hotmail.com

Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Tel.089-9998888, email: aaa@hotmail.com

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

กรณีผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป อยู่ในสังกัดเดียวกัน/คนละสังกัด

ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งหลัก^{1*} ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง² ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง² ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง³ ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง³

Name-Surname author^{1*} Name-Surname author² Name-Surname author² Name-Surname author³ Name-Surname author³

เชิงอรรถท้ายหน้าแรก

ตัวอย่าง

¹สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โทรศัพท์ 089-9998888 email: aaa@hotmail.com

Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Tel.089-9998888, email: aaa@hotmail.com

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

³สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Business Computer Program, Faculty of Management Sciences, Chiangmai Rajabhat University

หมายเหตุ ผู้วิจัยหลักจำเป็นต้องระบุ หมายเลขโทรศัพท์และemail เพื่อการติดต่อ ซึ่งข้อมูลนี้จะไม่ปรากฏในบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

<2 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อบทความ>

บทความย่อ (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย) ไม่เกิน 15 บรรทัด

.....

.....

.....

.....

(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ตัวปกติ)

.....

.....

.....

<1 Enter size 14 pt.>

คำสำคัญ: คำสำคัญ1, คำสำคัญ2, คำสำคัญ3 (TH Sarabun NEW 14 pt.)

<1 Enter size 14 pt.>

Abstract (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย) ไม่เกิน 300 คำ

.....

.....

.....

.....

(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ตัวปกติ)

.....

.....

.....

<1 Enter size 14 pt.>

Keywords: Keyword1, Keyword2, Keyword3 (TH Sarabun NEW 14 pt.) คำนี้ใช้เครื่องหมาย (,) ไม่มีคำว่า “and” หลักการเขียน Keyword ให้ขึ้นต้นตัวอักษรแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ตัวอักษรอื่นๆ ให้เป็นตัวพิมพ์เล็ก ทั้งนี้ ใช้หลักการเดียวกับการเขียนชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อหน้า>

บทนำ (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ตัวปกติ)

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ วัตถุประสงค์ของการวิจัย>

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ตัวปกติ)

ถ้ามีวัตถุประสงค์เพียงข้อเดียว ไม่ต้องใส่ลำดับเลขข้อ

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง>

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

ประกอบด้วย ทฤษฎี/แนวคิด/นิยามตัวแปร/เอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง/สมมติฐาน/กรอบแนวคิด

(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ตัวปกติ)

หากมีหัวข้อย่อยให้ย่อหน้าเข้ามาและพิมพ์ชื่อหัวข้อ สามารถทำเป็นตัวหนาได้ ตัวอย่างเช่น

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

จากทฤษฎี

ดังกล่าวนี้ สามารถกำหนดสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ดังนี้

H1: ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....

แนวคิดเกี่ยวกับ.....

Simon & Valensky (2013) อธิบายว่า.....นอกจากนี้.....

.....(Mandy et.al, 2015)

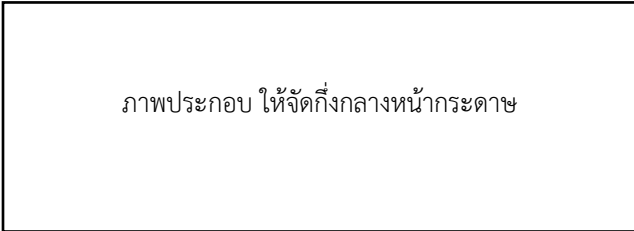
ไพลิน บุษราคัม (2564) อธิบายว่า.....

ฉัตรคำ ใจใส (2562) กล่าวถึง.....

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ดังนี้

H2: ปัจจัยทางด้าน..... มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....

ภาพที่ 1 ชื่อภาพ <TH Sarabun New 14 pt. หนา จัดกลาง และต้องอยู่บนรูปภาพ)



<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อระเบียบวิธีการวิจัย>

ระเบียบวิธีการวิจัย (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

อย่างน้อยต้องประกอบด้วยหัวข้อ ดังต่อไปนี้ (การขึ้นหัวข้อย่อ ย่อหน้าเข้ามา)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อย่อ TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา.TH Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

เครื่องมือวิจัย (หัวข้อย่อ TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา.TH Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

.....อธิบายว่าใช้เครื่องมืออะไรในการทำการวิจัย เช่น แบบทดสอบ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต หรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่ใช้ในการวิจัย เช่น เครื่องวัดคลื่นไฟฟ้าสมอง เครื่องวัดคลื่นหัวใจ เป็นต้น.....

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (หัวข้อย่อ TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา.TH Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

.....อธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดของคุณภาพเครื่องมือ/การวัด/การทดสอบ ใช้วิธีการใดวัดคุณภาพของเครื่องมือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ ผลการวัดเครื่องมือ มีค่าเท่าใด ฯลฯ.....

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล (หัวข้อย่อ TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา.TH Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

.....อธิบายถึงสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งควรสอดคล้องกับสถิติที่ผู้แต่งได้ระบุไว้ในบทคัดย่อด้วย.....

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อผลการวิจัยและการอภิปรายผล>

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

.....(เนื้อหา.TH Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

.....อธิบายผลการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัยว่าสอดคล้อง/ไม่สอดคล้องกับ ทฤษฎี/ผลการวิจัยของใคร. รวมถึงผลการทดสอบสมมติฐานภายใต้หัวข้อนี้. โดยผลการทดสอบสมมติฐาน ให้ทำเป็นตัวหนา. เฉพาะคำว่า **สนับสนุน/ไม่สนับสนุน หรือ ยอมรับ/ปฏิเสธ**. สมมติฐานให้ชัดเจน เช่น

.....ผลการศึกษา พบว่า การตระหนักถึงอัตลักษณ์ของตราสินค้า (BIA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับ King & Grace (2010) ที่ทำการศึกษาลแล้วพบว่า ผลลัพธ์หรือบริการที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและพนักงานอีกด้วย ดังนั้นผลการศึกษาก็ง **สนับสนุนสมมติฐานที่ 1**

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นตาราง>

ตารางที่ 1 (ตัวหนา size 14 pt.) ชื่อตาราง (ตัวปกติ size 14)

.....
.....
.....
.....

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อการนำไปใช้ประโยชน์>

การนำไปใช้ประโยชน์ (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

ประโยชน์เชิงทฤษฎี (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา.TH.Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

.....อธิบายการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี.....

ประโยชน์เชิงบริหารจัดการ (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา.TH.Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

.....อธิบายการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงบริหารจัดการหรือในเชิงบริหารธุรกิจ.....

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต>

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

.....(เนื้อหา.TH.Sarabun.NEW.14.pt..ปกติ).....

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ รายการอ้างอิง>

รายการอ้างอิง (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

การจัดทำรายการอ้างอิงให้จัดทำตามรูปแบบ APA6 citation style

ตัวอย่าง รูปแบบการเขียนบทความ (บทความภาษาอังกฤษ)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 18 pt. หนา ชิดซ้าย)

<1 enter size 16>

ชื่อ-สกุลภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 16 pt. ตัวปกติ ชิดซ้าย)

หลักการเขียนชื่อผู้แต่ง

กรณีผู้แต่ง 1 คน

ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งหลัก¹

Name-Surname author¹

เชิงอรรถท้ายหน้าแรก

¹รายละเอียดของผู้เขียนภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ e-mail

ตัวอย่าง

¹Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Tel.089-9998888, email: aaa@hotmail.com

กรณีผู้แต่ง 2 คน อยู่ในสังกัดเดียวกัน/คนละสังกัด

ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งหลัก^{1*} ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง² (เครื่องหมาย* ใส่เฉพาะผู้แต่งหลัก)

Name-Surname author^{1*} Name-Surname author²

เชิงอรรถท้ายหน้าแรก (ขอให้ผู้เขียนศึกษาหลักการใส่เชิงอรรถของโปรแกรม Microsoft Word ให้ถูกต้อง)

¹รายละเอียดของผู้เขียนภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ e-mail

²รายละเอียดของผู้เขียนภาษาอังกฤษ (TH Sarabun New 12 pt. ตัวปกติ) ประกอบด้วยหน่วยงานที่สังกัด (ไม่ต้องใส่เบอร์โทรศัพท์และe-mail)

ตัวอย่าง

¹Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Tel.089-9998888, email: aaa@hotmail.com

²Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

กรณีผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป อยู่ในสังกัดเดียวกัน/คนละสังกัด

ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งหลัก^{1*} ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง² ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง² ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง³ ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง³

Name-Surname author^{1*} Name-Surname author² Name-Surname author² Name-Surname author³ Name-Surname author³

เชิงอรรถท้ายหน้าแรก

ตัวอย่าง

¹ Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Tel.089-9998888, email: aaa@hotmail.com

² Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

หมายเหตุ ผู้วิจัยหลักจำเป็นต้องระบุ หมายเลขโทรศัพท์และemail เพื่อการติดต่อ ซึ่งข้อมูลนี้จะไม่ปรากฏในบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

<2 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Abstract>

Abstract (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย) ไม่เกิน 300 คำ

.....
.....

(เนื้อหา TH.Sarabun.NEW.14.pt. ตัวปกติ)

.....
.....

<1 Enter size 14 pt.>

Keywords: Keyword1, Keyword2, Keyword3 (TH Sarabun NEW 14 pt.) คั่นคำด้วยเครื่องหมาย (.) ไม่มีคำว่า “and” หลักการเขียน Keyword ให้ขึ้นต้นตัวอักษรแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ตัวอักษรอื่นๆ ให้เป็นตัวพิมพ์เล็ก ทั้งนี้ ใช้หลักการเดียวกับการเขียนชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Introduction>

Introduction (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

.....
.....

(เนื้อหา TH.Sarabun.NEW.14.pt. ตัวปกติ)

.....
.....

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Research Objectives>

Research Objectives (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

.....
.....

(เนื้อหา TH.Sarabun.NEW.14.pt. ตัวปกติ)

ถ้ามีวัตถุประสงค์เพียงข้อเดียว ไม่ต้องใส่ลำดับเลขข้อ

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Literature Review>

Literature Review (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

.....ประกอบด้วย ทฤษฎี/แนวคิด/นิยามตัวแปร/เอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง/สมมติฐาน/กรอบแนวคิด.....

(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ตัวปกติ)

หากมีหัวข้อย่อยให้ย่อหน้าเข้ามาและพิมพ์ชื่อหัวข้อ สามารถทำเป็นตัวหนาได้ ตัวอย่างเช่น

Marketing Mixed

จากทฤษฎี

ดังกล่าวนี้ สามารถกำหนดสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ดังนี้

H1:

แนวคิดเกี่ยวกับ.....

Simon & Valensky (2013) อธิบายว่า.....นอกจากนี้

(Mandy et.al, 2015)

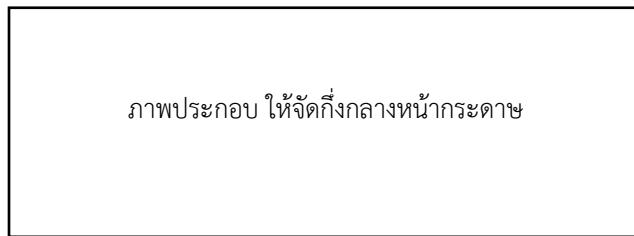
ไพลิน บุษราคัม (2564) อธิบายว่า.....

ฉัตรคำ ใจใส (2562) กล่าวถึง.....

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ดังนี้

H2:

Figure 1 ชื่อภาพ <TH Sarabun New 14 pt. หนา จัดกลาง และต้องอยู่บนรูปภาพ>



<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Research Methodology>

Research Methodology (TH Sarabun NEW 14 pt. หนา ชิดซ้าย)

อย่างน้อยต้องประกอบด้วยหัวข้อ ดังต่อไปนี้ (การขึ้นหัวข้อย่อย ย่อหน้าเข้ามา)

Population and Sample (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

Research Tools (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

อธิบายว่าใช้เครื่องมืออะไรในการทำการวิจัย เช่น แบบทดสอบ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต หรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่ใช้ในการวิจัย เช่น เครื่องวัดคลื่นไฟฟ้าสมอง เครื่องวัดคลื่นหัวใจ เป็นต้น

Research Tool Development (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หนา)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

.....อธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดของคุณภาพเครื่องมือ/การวัด/การทดสอบ ใช้วิธีการใดวัดคุณภาพของเครื่องมือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ ผลการวัดเครื่องมือ มีค่าเท่าใด ฯลฯ

Statistical Techniques (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

.....อธิบายถึงสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งควรสอดคล้องกับสถิติที่ผู้แต่งได้ระบุไว้ในบทคัดย่อด้วย

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Results and Discussion>

Results and Discussion (TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า ชิดซ้าย)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

.....อธิบายผลการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัยว่าสอดคล้อง/ไม่สอดคล้องกับ ทฤษฎี/ผลการวิจัยของใคร รวมถึงผลการทดสอบสมมติฐานภายใต้หัวข้อนี้ โดยผลการทดสอบสมมติฐาน ให้ทำเป็นตัวหนา เฉพาะคำว่า **สนับสนุน/ไม่สนับสนุน หรือ ยอมรับ/ปฏิเสธ** สมมติฐานให้ชัดเจน เช่น

.....ผลการศึกษา พบว่า การตระหนักถึงอัตลักษณ์ของตราสินค้า (BIA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับ King & Grace (2010) ที่ทำการศึกษาแล้วพบว่า ผลผลิตภัณ์หรือบริการที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและพนักงานอีกด้วย ดังนั้นผลการศึกษาจึง **สนับสนุนสมมติฐานที่ 1**

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นตาราง>

Table 1 (ตัวหนา size 14 pt.) ชื่อตาราง (ตัวปกติ size 14)

.....
.....
.....
.....

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Contribution>

Contribution (TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า ชิดซ้าย)

Theoretical Contribution (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

.....อธิบายการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

Managerial Contribution (หัวข้อย่อย TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

.....อธิบายการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงบริหารจัดการหรือในเชิงบริหารธุรกิจ

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ Limitations and Future Research Directions>

Limitations and Future Research Directions (TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า ชิดซ้าย)

.....(เนื้อหา TH Sarabun NEW 14 pt. ปกติ)

<1 Enter size 14 pt. ก่อนขึ้นหัวข้อ รายการอ้างอิง>

References (TH Sarabun NEW 14 pt. หน้า ชิดซ้าย)

การจัดทำรายการอ้างอิงให้จัดทำตามรูปแบบ APA6 citation style