

บรรณาธิการแถลง

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอนในประเทศไทย ทางวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีมีความห่วงใยผู้อ่านทุกท่านจึงอยากให้ผู้อ่านทุกท่านมีการดูแลป้องกันตัวเองอย่างที่เราคุ้นเคยซึ่งได้รับการยืนยันจากโรงพยาบาลพระรามเก้าว่าเป็นมาตรการที่ดีที่สุดสำหรับการป้องกันเชื้อโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอนนี้ เช่น การรักษาระยะห่าง หรือ Social Distancing อย่างน้อย 1 เมตร สวมหน้ากากอนามัยโดยควรสวมให้พอดีกับใบหน้า จัดที่บ้านและที่ทำงานให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก ไม่ไปในสถานที่ที่มีคนเบียดเสียด หรือที่ที่มีคนเยอะ ล้างมือบ่อยๆ ไม่ไอหรือจามโดยใช้มือปิดปากและจมูก ควรใช้กระดาษทิชชูแทน และฉีดวัคซีนป้องกันโควิด ตามลำดับ

สำหรับวารสารปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เป็นฉบับแรกที่มีการปรับรูปแบบเพื่อเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการพิจารณาคัดเลือกเข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) ในอนาคต เนื้อหาของบทความยังคงสาระเกี่ยวข้องในสาขาบริหารธุรกิจ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชี และการจัดการท่องเที่ยว ในรูปแบบบทความวิจัยจำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย บทความเรื่องแรกโดย รจนา ชุนแก้ว และคณะมุ่งเน้นการหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการ การจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการและคุณภาพการรายงานการจัดการความเสี่ยงของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 ในช่วงวิกฤต COVID-19 ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มการรายงานการจัดการความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทุกปีระหว่างปี 2561 ถึง 2563 และพบความแตกต่างของการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างเป็นนัยสำคัญของการรายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบระหว่างระยะเวลาในปีโควิด-19 และการศึกษายังพบความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ สัดส่วนกรรมการเพศหญิง ความถี่ในการประชุมของคณะกรรมการ และการรายงานการจัดการความเสี่ยงของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับบทความวิจัยเรื่องที่สองมุ่งเน้นการศึกษาแนวทางการทำการตลาดออนไลน์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านเฟซบุ๊กเพจ โดย เกวลิน อังคนานนท์ และ ถนอม ห่อวงศ์สกุล ผลการศึกษาพบว่า แนวทางในการทำการตลาดออนไลน์ผ่านเพจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 12 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างเพจ 2) การตั้งชื่อเพจ 3) ภาพโปรไฟล์ 4) ภาพปก 5) การเขียนเนื้อหา 6) การเขียนโพสต์ 7) การใช้สื่อ 8) การเขียนโปรโมชัน 9) การตอบลูกค้า 10) ช่องทางการชำระเงิน 11) การเขียนข้อความตอบกลับอัตโนมัติ และ 12) การไลฟ์สดเพื่อขายหรือแนะนำสินค้า ตามลำดับ สำหรับกมลชนก คงครุฑ และ สายพิน บันทอง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดและการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อการจัดสินค้าท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตลาดน้ำสะพานโค้ง จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เพราะสินค้าที่จำหน่ายในตลาดน้ำสะพานโค้งมีความปลอดภัยไร้สารเคมี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะตลาดน้ำสะพานโค้งมีสถานที่จัดจำหน่ายมีการเดินทางสะดวก ตลาดน้ำสะพานโค้งมีสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านการบริหาร การสื่อสารระหว่างกัน ตามลำดับ สำหรับบทความสุดท้าย ภรณ์พัชตรา ตักดา และ สนิยาธร นาคพิน ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์อันดีต่อผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี และพบว่าผู้โดยสาร

ทั้งชาวไทยและต่างประเทศซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญกลุ่มหนึ่งนั้นได้ให้ความสำคัญต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยผู้โดยสารให้ความสำคัญและยังต้องการบริการที่ดีกว่า ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลสูงสุด ทางกายภาพ และทางพฤติกรรม ตามลำดับ และ 2) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของการบริหารความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและลูกค้าของท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี โดยปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านการตอบสนองลูกค้า มีอิทธิพลสูงสุด ความเป็นรูปธรรมของบริการ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ทางวารสารขอขอบพระคุณเจ้าของผลงานทุกท่านที่นำเสนอผลงานที่ดีและมีคุณภาพเพื่อเผยแพร่ในวารสารและหวังว่าท่านผู้อ่านคงได้ประโยชน์จากวารสารฉบับนี้ไม่มากนักน้อยและพบกันใหม่ฉบับหน้าบรรณาธิการ

บรรณาธิการ