

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น

Influential Factors in Community Management for Sustainable Tourism in Khon Kaen Province

ปภาวิน พชรโชติสุธี

Paphawin Patcharachotsuthi

Article History

Receive: November 22, 2021

Revised: October 19, 2022

Accepted: October 20, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีในจังหวัดขอนแก่น 114 หมู่บ้าน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามและใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน หมุนแกนแบบ Oblique Rotation โดยวิธี Varimax และประเมินค่าด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด โดยผลการวิจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.95 และค่า Bartlett's test of Sphericity มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 แสดงว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ คือ 1) ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี 2) การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ 3) การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน 4) การวางแผนการดำเนินงาน และ 5) การตลาด ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า $\chi^2 = 931.60$, $df = 529$, $(\chi^2/df) = 1.76$, CFI=0.96, TLI=0.95, RMSEA=0.04, SRMR= 0.03

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล ; การบริหารจัดการ ; ชุมชนการท่องเที่ยว ; ความยั่งยืน ; การท่องเที่ยว



ABSTRACT

This research aimed to analyze a confirmatory factor of the community management for sustainable tourism in Khon Kaen Province, and to examine the consistency between the model of the structural factor of community management for sustainable tourism in Khon Kaen Province with the empirical data. The sample group consisted of 400 people from 114 villages who were entrepreneurs and members of the OTOP Nawatwithi tourism community in Khon Kean Province. The research instruments included questionnaires and statistical analysis used a confirmatory factor analysis with orthogonal rotation by the varimax method and evaluate with the maximum feasibility. The result showed the KMO=0.95 and the Bartlett's test of sphericity were significantly related at a level of 0.00, which showed that the data was relevant and was able to be used in the factor analysis. The results of the factor analysis found 5 elements as follows: 1) leadership and the use of technology 2) participation and relationships building 3) customer services and cost savings 4) operational planning and 5) marketing. The result found that the model of the structural factor of community management for sustainable tourism in Khon Kaen Province was consistent with the empirical data which considered from the following values: $\chi^2 = 93.60$, $df=529$, $(\chi^2/df) = 1.76$, CFI=0.96, TLI=0.95, RMSEA=0.04, SRMR= 0.03.

Keywords : Influential Factor ; Management ; Tourism Community ; Sustainable ; Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้เป็นสิ่งที่สำคัญ มีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้ชุมชน ห้างร้าน และบริษัทต่างๆ เกิดรายได้ ซึ่ง Ministry of Tourism and Sports (2020) ตามรายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579 กล่าวถึงสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยนั้นสร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาท อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบจากประเทศคู่แข่งหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นทำเลที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อารยธรรมอันดีของคนไทย อาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน ศักยภาพ และอุปสรรคในการพัฒนา ประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้สูง แต่ยังขาดการอนุรักษ์และบริหารจัดการขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้แล้วตามที่ National Tourism Policy Board (2017) กล่าวถึงวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579 โดยที่ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ซึ่งมีแนวคิดหลักในการพัฒนาองค์ประกอบ 5 ประการ คือ 1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก 2) การเติบโตอย่างมีคุณภาพ 3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย 4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน และ 5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นมีความสำคัญต่อประเทศไทยมาก แต่ก็ยังมีปัญหาทางการท่องเที่ยวในบางด้านที่ยังคงต้องมีการพัฒนา อีกทั้ง Jinavamsa et al (2018) กล่าวถึงปัญหาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะปัญหาในการพัฒนาพื้นที่สาธารณะ มีปัญหาสถานที่คับแคบ ขาดการแก้ไขปัญหาคดี Imlek et al (2014) กล่าวถึง ปัญหาของชุมชนการท่องเที่ยวยังประสบปัญหาทางการบริหารจัดการ เช่น การประชาสัมพันธ์ การคมนาคมไม่เชื่อมโยง เส้นทางเดินทางเข้าชุมชนไม่สะดวก และผู้ประกอบการชุมชนการท่องเที่ยวขาดความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จากที่กล่าวมาล้วนเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวในปัจจุบัน อีกทั้งปัญหาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ยังคงเป็นปัญหาที่ตอกย้ำทำให้การท่องเที่ยวยิ่งทรุดตัวมากยิ่งขึ้น ฉะนั้นแล้วการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถอยู่ได้ โดยเฉพาะความยั่งยืนด้านการมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่มีความเข้มแข็งจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อชุมชนการท่องเที่ยวที่ต้องมีการพัฒนาหรือมีการแก้ไขให้เกิดความยั่งยืนที่ดี

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ดำเนินการศึกษาข้อมูลกับกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งจังหวัดขอนแก่นเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันควรค่าแก่การอนุรักษ์ ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มสมาชิก การศึกษาเป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยผลการวิเคราะห์สามารถนำไปใช้เป็นนโยบายให้กับกลุ่มชุมชนเป็นแนวทางในการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้กับชุมชน เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้กับสำนักงานพัฒนาชุมชนในทุกจังหวัดนำไปเป็นแนวคิดแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนักศึกษาและนักวิจัยที่มีความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนได้ศึกษาแนวคิด และนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ดังนี้

แนวคิดภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยีเป็นการใช้รูปแบบภาวะผู้นำที่อยู่ในชุมชน ซึ่งในชุมชนจะต้องมีภาวะผู้นำที่มีความเข้มแข็ง และปัจจัยความเข้มแข็งในการดำเนินงาน สิ่งที่สำคัญคือผู้นำมีการสนใจให้สมาชิกร่วมวางแผน ร่วมทำร่วมรับผิดชอบภาวะผู้นำที่ดีและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาและการถ่ายทอดภูมิปัญญานั้น ผู้นำจะต้องส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน มีการสาธิต และการใช้แหล่งเรียนรู้ (Buasook et al., 2016) นอกจากนี้ Serirat (1999) กล่าวถึงทฤษฎีของผู้นำจะเน้นถึงความมีประสิทธิภาพของผู้นำ และผู้นำจะมีพฤติกรรมอยู่ 2 แบบ คือ พฤติกรรมมุ่งงานกับพฤติกรรมมุ่งความสัมพันธ์ Blake and Mouion (1982) กล่าวถึงพฤติกรรมภาวะผู้นำ ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมของผู้นำที่มุ่งงาน 2) พฤติกรรมผู้นำที่มุ่งการทำงานร่วมกับผู้อื่น และ 3) พฤติกรรมผู้นำที่มุ่งประสิทธิผลของการทำงาน การใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็นต่อชุมชน เช่น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน และการยอมรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาชุมชน (Saleewong and lam-khong, 2017)

แนวคิดการบริหารลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV) การประหยัดต้นทุน การพัฒนาศักยภาพการบัญชีต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญต่อการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว โดยที่ความรู้ในการบริหารต้นทุนจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพทางการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่อุปทาน (Suphatranon et al., 2019) การบริการและการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันจะเป็นการแข่งขันด้านคุณภาพการให้บริการ (Philip, 1979) และแนวคิดของ Kotler (1994) กล่าวถึงลักษณะของการให้บริการ มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ 1) การบริการไม่สามารถจับต้องได้ 2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ 3) มีความไม่แน่นอน และ 4) ไม่สามารถเก็บไว้ใช้ได้ การบริการลูกค้าเป็นสิ่งที่ชุมชนต้องพัฒนาให้เกิดคุณภาพและต้องมีการบริการที่หลากหลาย และชุมชนต้องมีการวางแผนการบริการลูกค้าที่ดี

แนวคิดการวางแผนการดำเนินงาน (PLAN) เป็นอีกประการหนึ่งที่ชุมชนควรวางแผนและวางแผนแนวทางในการดำเนินการ จะได้มีทิศทางในการบริหารได้อย่างดี แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญคือการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม (Duanguppama et al., 2018) การวางแผนกลยุทธ์หรือการวางแผนการดำเนินงานจะมีหลักคือ 1) กลยุทธ์คือแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว 2) กลยุทธ์คือรูปแบบ แบบแผนหรือพฤติกรรม 3) กลยุทธ์คือการกำหนดฐานะหรือตำแหน่ง 4) กลยุทธ์คือทัศนภาพ และ 5) กลยุทธ์คือกลวิธีการเดินทาง (Mintzberg, 1994) การวางยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การท่องเที่ยว 4 แนวทางที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) การประชาสัมพันธ์ 2) แนวทางการจัดการท่องเที่ยว 3) แนวทาง การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม และ 4) แนวทางการใช้ประโยชน์ร่วมกัน (Imiwat et al., 2019)

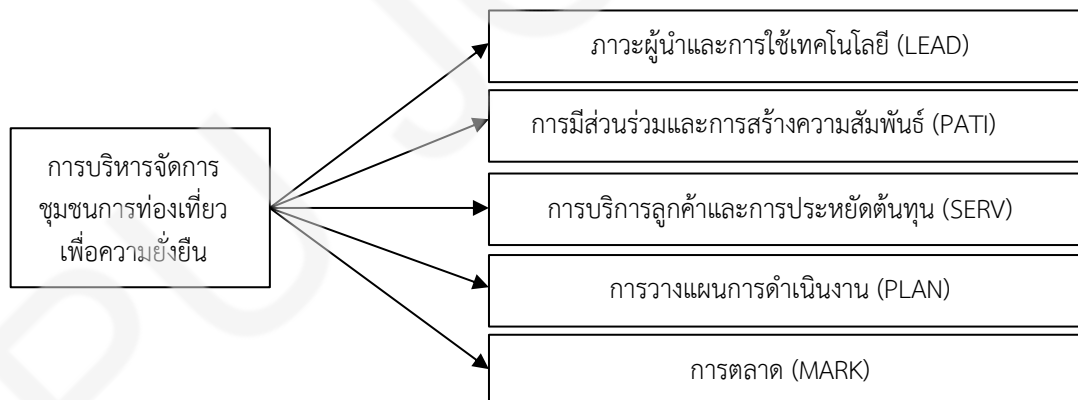


แนวคิดการตลาด (MARK) การบริหารจัดการทางการตลาด เป็นการวางแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถขายได้แข่งขันได้ระหว่างชุมชน การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดควรวางกลยุทธ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยการพัฒนาด้านส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ทันสมัย และเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้แล้วการตลาดตามทฤษฎีของ Kotler การตลาดจะประกอบไปด้วยส่วนผสมทางการตลาด โดยมีตัวแปรหลัก 4 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) การจัดจำหน่าย (Place) และ 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler, 2002)

แนวคิดการมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI) การมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้เกิดความสัมพันธ์ต่อกันและกัน เพื่อเป็นการเชื่อมสัมพันธ์มิตรต่อกัน ซึ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมมี 4 รูปแบบ คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Cohen and Uphoff, 1980) นอกจากนี้แล้วรูปแบบของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผน 5 รูปแบบประกอบด้วย 1) การรวบรวมข้อมูลรายละเอียดโครงการต่างๆ 2) การวิเคราะห์หรือสรุปปัญหา 3) การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา 4) ดำเนินการแก้ไขปัญหา และ 5) การติดตามและประเมินผล (Delbecq and Andrew, 1971) การสร้างความสัมพันธ์ต่อกันในชุมชนเพื่อช่วยให้ชุมชนเกิดความยั่งยืนในการดำเนินงาน ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันทางการติดต่อสื่อสาร การร่วมมือกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกัน การยอมรับซึ่งกันและกัน รวมถึงการแก้ปัญหา และสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้ นอกจากนี้แล้วความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ คือ 1) ความมั่นใจและความไว้วางใจ 2) การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 3) การให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน 4) ความเป็นมิตร 5) การทำงานของกลุ่มที่มุ่งความสำเร็จร่วมกัน 6) การริเริ่มสร้างสรรค์ 7) การติดต่อสื่อสารระบบเปิด และ 8) ความเป็นอิสระ (Milton, 1981)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น ควรศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อให้การบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวได้อย่างดี จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน การวางแผนการดำเนินงาน และการตลาด ปัจจัยที่กล่าวมานี้จะช่วยให้การบริหารจัดการชุมชนเกิดการพัฒนาอย่างที่ดี ตามกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 114 หมู่บ้าน จำนวนประชากร 78,268 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน การวิจัยในครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ เป็นการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปรที่กำหนดตัวอย่างประมาณ 10-20 เท่าของตัวแปรที่สังเกตได้ ซึ่ง Hair et al (1998) กล่าวถึงเกณฑ์ขั้นต่ำของการกำหนดตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (SEM) ต้องกำหนด 10-20 เท่าของตัวแปร โดยการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 36 ตัวแปร หากเป็น 10 เท่าจะต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) อย่างมีสัดส่วนทั้ง 25 อำเภอทั่วทั้งจังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ได้ตัวแทน 25 อำเภอ โดยผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 อายุส่วนใหญ่อายุ 41-50 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 สถานภาพส่วนใหญ่สมรสแล้ว จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 และรายได้ส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยประยุกต์การวัดคะแนนตามแบบมาตรฐานของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดำเนินการพัฒนาและทดสอบความเชื่อมั่นและหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-total Correlation) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.45-0.77 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach มีค่าเท่ากับ 0.95 แบบสอบถามมี 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ภายในกิจการ ที่มาของทุน และจำนวนสมาชิก เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบเลือกตอบ และตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การตลาด การวางแผน การจัดองค์กร การประสานงาน เทคโนโลยี การบริการ ความพอเพียง การมีส่วนร่วม และเครือข่าย เป็นแบบสอบถามปลายปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการทำแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ระยะเวลาเก็บ จำนวน 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563-พฤษภาคม 2563 จากการลงพื้นที่ในจังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้วิธี Varimax ซึ่งการจัดกลุ่มของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบจะต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป พิจารณาค่าคอมมูนาลิตี (Communality: h^2) ควรค่ามากกว่า 0.50 ค่าไอเกน (Eigen Value) จะต้องไม่น้อยกว่า 1.00 และต้องประกอบด้วยตัวแปรไม่น้อยกว่า 3 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.30 ขึ้นไป
2. การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เป็นการยืนยันจำนวนองค์ประกอบและตัวบ่งชี้องค์ประกอบ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ดำเนินการตรวจสอบความตรงของโมเดลด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ และค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์น้อยกว่า 3.00 ดัชนี CFI และ TLI ต้องมากกว่า 0.95 ดัชนี SRMR ต้องมากกว่า 0.06 และดัชนี RMSEA ต้องต่ำกว่า 0.05

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล ดังตารางที่ 1-3



ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ

ปัจจัย	KMO	Bartlett's Test Sphericity		
		Approx. Chi-square	df	Sig
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น	0.95	9910.80	630	.00*

หมายเหตุ *ค่านี้สำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.50

การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลตามตารางที่ 1 พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.95 ค่า Bartlett's Test Sphericity มีค่าสำคัญทางสถิติที่ .00 ซึ่งเป็นค่าที่น้อยกว่า 0.50 ซึ่งพิจารณาได้ว่าข้อมูลในแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น

องค์ประกอบที่	ชื่อองค์ประกอบ	$\bar{X}$	S.D.	ค่าความผันแปร (Eigen value)	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD)	4.09	.575	17.15	47.64	47.64
2	การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI)	4.05	.587	1.71	4.76	52.41
3	การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV)	4.12	.593	1.47	4.08	56.49
4	การวางแผนการดำเนินงาน (PLAN)	4.11	.582	1.15	3.20	59.69
5	การตลาด (MARK)	4.23	.622	1.12	3.13	62.82

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 รองลงมาคือ การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุนมีค่าเฉลี่ย 4.12 และการวางแผนการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ 1) ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD) 2) การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI) 3) การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV) 4) การวางแผนการดำเนินงาน (PLAN) และ 5) การตลาด (MARK)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละปัจจัย และการวิเคราะห์องค์ประกอบ

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น		$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนักองค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 1 ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD)				
1	ชุมชนมีการทำงานร่วมกันและประสานงานกันอยู่เสมอ (D2)	4.11	0.76	0.71
2	ชุมชนของท่านมีผู้นำหรือหัวหน้ากลุ่มที่เข้มแข็ง (D3)	4.10	0.74	0.69
3	ชุมชนของท่านมีผู้นำที่คอยประสานงานความร่วมมือต่อกัน (C3)	4.11	0.71	0.63
4	ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่ม (D1)	4.04	0.74	0.61
5	ชุมชนมีการคิดค้นนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง (E3)	4.14	0.75	0.60

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น		$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนักองค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 1 ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD)				
6	ชุมชนได้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับชุมชน (E1)	4.06	0.75	0.59
7	ชุมชนได้นำโซเชียลมีเดียมาใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน (E4)	4.15	0.79	0.58
8	ชุมชนมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการกลุ่ม (C2)	4.06	0.72	0.58
9	สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือ (D4)	4.14	0.77	0.57
10	สมาชิกในชุมชนนำโซเชียลมีเดียมาใช้ในการชุมชน (E2)	4.11	0.76	0.56
11	สมาชิกในชุมชนของท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง (C4)	4.10	0.79	0.56
12	ชุมชนของท่านมีผังโครงสร้างองค์กรที่เด่นชัด (C1)	4.01	0.74	0.47
องค์ประกอบที่ 2 การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI)				
1	ชุมชนของท่านมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐเสมอ (I3)	4.02	0.75	0.76
2	ชุมชนของท่านมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาคเอกชนเสมอ (I4)	4.00	0.82	0.74
3	ชุมชนของท่านมีการติดต่อกับชุมชนรอบ ๆ ข้างเสมอ (I2)	4.03	0.79	0.72
4	ชุมชนของท่านเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างชุมชนอื่นเสมอ (I1)	4.08	0.75	0.69
5	ชุมชนของท่านร่วมกันแสดงความเป็นเจ้าของในกิจการ (H4)	4.06	0.77	0.58
6	ชุมชนของท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นเสมอ (H2)	4.08	0.76	0.48
7	สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมกันบริหารจัดการภายในกลุ่ม (H3)	4.10	0.74	0.47
8	ชุมชนของท่านร่วมกันให้บริการลูกค้าอย่างประทับใจ (H1)	4.04	0.71	0.43
องค์ประกอบที่ 3 การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV)				
1	ชุมชนมีความเข้าใจและเรียนรู้ถึงความต้องการของลูกค้า (F4)	4.05	0.75	0.70
2	ชุมชนของท่านสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้าเสมอ (F2)	4.17	0.73	0.68
3	ชุมชนให้ความสำคัญกับลูกค้าและใส่ใจลูกค้าเสมอ (F3)	4.13	0.76	0.63
4	ชุมชนของท่านมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าอยู่เสมอ (F1)	4.17	0.73	0.61
5	ชุมชนมีเงินทุนที่พอเพียงสามารถเลี้ยงดูธุรกิจของตนเองได้ (G1)	4.05	0.79	0.61
6	ชุมชนของท่านมีการใช้จ่ายเงินอย่างประหยัด (G2)	4.08	0.81	0.55
7	ชุมชนของท่านมีนโยบายในการลดต้นทุนทุกประเภท (G3)	4.08	0.74	0.45
8	ชุมชนของท่านมีการจัดค่าใช้จ่ายเพื่อประหยัดต้นทุน (G4)	4.10	0.75	0.44
องค์ประกอบที่ 4 การวางแผนการดำเนินงาน (PLAN)				
1	ชุมชนของท่านมีการวางแผนเป้าหมายในการขายสินค้าหรือบริการ (B3)	4.05	0.73	0.72
2	ชุมชนของท่านมีการวางแผนงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว (B1)	4.00	0.69	0.66
3	ชุมชนของท่านมีการวางแผนพัฒนาความรู้ให้กับบรรดาสมาชิก (B4)	4.06	0.74	0.65
4	ชุมชนของท่านมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการชุมชนที่ดี (B2)	4.08	0.74	0.65
องค์ประกอบที่ 5 การตลาด (MARK)				
1	ชุมชนของท่านมีการวางแผนทางการตลาดอย่างรัดกุม (A1)	4.26	0.72	0.76
2	ชุมชนของท่านกำหนดราคาสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรม (A2)	4.26	0.70	0.74
3	ชุมชนของท่านมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (A3)	4.24	0.75	0.722
4	ชุมชนของท่านมีส่วนลดเงินสดให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการจูงใจ (A4)	4.19	0.74	0.68



การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การวางแผนทางการตลาดอย่างรัดกุม มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือการกำหนดราคาสินค้าและการบริหารอย่างเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.26 และการมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.24 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบหลังจากการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax ดังตารางที่ 3 ได้ 5 องค์ประกอบ องค์ประกอบที่ 1 คือ ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD) มีจำนวนตัวแปร 12 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2 คือ การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI) มีจำนวนตัวแปร 8 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3 คือ การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV) มีจำนวนตัวแปร 8 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 4 คือ การวางแผนการดำเนินงาน (PLAN) มีจำนวนตัวแปร 4 ตัวแปร และองค์ประกอบที่ 5 คือ การตลาด (MARK) จำนวนตัวแปร 4 ตัวแปร โดยทุกตัวแปรมีค่าน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.30 ขึ้นไปทุกตัวแปร และจากตารางที่ 3 ค่าไอเกน (Eigen Value) มีค่ามากกว่า 1.00 ทุกองค์ประกอบ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาสามารถจัดเข้าองค์ประกอบเชิงสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์หองค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ 1) ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี 2) การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ 3) การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน 4) การวางแผนการดำเนินงาน และ 5) การตลาด

ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี เป็นสิ่งสำคัญต่อชุมชนการท่องเที่ยว ชุมชนการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพได้คือ ภาวะผู้นำในชุมชน สอดคล้องกับ Inthamon and Lersphoottharak (2019) กล่าวถึง การบริหารโฮมสเตย์ของชุมชนในปัจจุบันนี้หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญสู่ความสำเร็จคือ มีผู้นำชุมชนที่ดีและมีภาวะผู้นำสูงซึ่งสอดคล้องในความเป็นผู้นำ ผู้นำที่ดีจะช่วยให้ชุมชนท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาด้านที่ดี มีความคล้ายกับงานวิจัยนี้ เพราะผู้นำชุมชนโฮมสเตย์กับชุมชนการท่องเที่ยวต่างก็ต้องมีผู้นำที่คอยบริหารจัดการและผู้นำควรมีความรู้ความสามารถในการนำชุมชนได้อย่างดี สอดคล้องกับ Khongthong and Namwong (2016) กล่าวถึง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสู่ความสำเร็จ ปัจจัยที่สำคัญคือ ภาวะผู้นำชุมชน โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ที่เน้นถึงผู้นำ ผู้นำจะเป็นผู้วางเส้นทางสู่ความสำเร็จในชุมชน หากผู้นำมีความรู้ มีวิสัยทัศน์จะช่วยให้ชุมชนให้เกิดการแข่งขันได้ นอกจากนี้แล้วชุมชนการท่องเที่ยวก็ต้องมีการปรับตัวตามเทคโนโลยี มีความคล้ายกับงานวิจัยนี้ตรงปัจจัยภาวะผู้นำต้องเป็นผู้ที่นำชุมชน นำสมาชิกให้ปรับประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และเป็นแบบอย่างที่ดีในการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ สอดคล้องกับ Chairatana et al (2020) และ Aungkavipart et al (2018) กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้แอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับชุมชนการท่องเที่ยวบางกอกน้อย การใช้เทคโนโลยีจะช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวในชุมชน มีความคล้ายกับงานวิจัยนี้ เพราะการใช้เทคโนโลยีจะสร้างความน่าสนใจให้กับชุมชน

การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมกันภายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการทำงานร่วมกัน การแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกันในชุมชน จึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ และช่วยให้ชุมชนเกิดการพัฒนาด้านที่ดี สอดคล้องกับ Chunhabunyathip (2017) กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญต่อชุมชน มีความสอดคล้องตรงการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นที่เหมือนกัน เพราะความร่วมมือของคนในชุมชนจะทำให้เกิดความเป็นเจ้าของและรักชุมชนมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยนี้เพราะชุมชนการท่องเที่ยวต้องผลักดันให้สมาชิกมีความร่วมมือกัน ร่วมมือกับคนในท้องถิ่นในการช่วยอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้ดี และสอดคล้องกับ Yindeechan et al (2021) กล่าวถึง ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และควรตระหนักถึงความเป็นเจ้าของพื้นที่เพื่อร่วมประชุมวางแผนร่วมกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับองค์กรเครือข่าย ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ เพราะการมีส่วนร่วมช่วยให้ชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองเพื่อเกิดการแข่งขัน นอกจากนี้แล้วความสัมพันธ์กันภายในชุมชนช่วยสร้างให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมต่อกัน สอดคล้องกับ Sroksri (2019) กล่าวถึงกิจกรรมทางสังคมช่วยให้เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและสังคมโดยรอบ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์โดยผ่านทางกิจกรรมจะทำให้เกิดความสามัคคี มีการช่วยเหลือต่อกันได้อย่างดี คล้ายกับงานวิจัยนี้เพราะชุมชนการท่องเที่ยวควรสร้างความสัมพันธ์ต่อกันผ่านกิจกรรม เพราะกิจกรรมจะทำให้แต่ละคนเกิดการมีส่วนร่วม รู้จักกัน และรักใคร่ปรองดองกัน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน

การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน โดยที่การบริการลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการบริการลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Patcharachotsuthi (2018) กล่าวถึง นวัตกรรมบริการ การปรับปรุงบริการ เป็นการสร้างความแตกต่างเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยนี้ โดยเน้นการปรับปรุงการให้บริการเพื่อจะได้สร้างความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งการประหยัด

ต้นทุนของการให้บริการหรือการใช้กลยุทธ์มุ่งที่ต้นทุน เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดการแข่งขันที่ดี มีความสอดคล้องกับ Ariyasipong and Kitrattanaphon (2015) กล่าวถึง การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนประเภทบ้านพัก ซึ่งต้องหาวัสดุในการก่อสร้างที่มีความเหมาะสม ต้นทุนต่ำ มีความคุ้มค่าและประหยัด มีความคล้ายกับงานวิจัยนี้ ซึ่งการมุ่งเน้นที่ต้นทุนต่ำ การประหยัดต้นทุน เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ชุมชนการท่องเที่ยวควรดำเนินการ

การวางแผนการดำเนินงาน เป็นเสมือนทิศทางหรือแนวทางในการดำเนินงานของชุมชนการท่องเที่ยว การวางแผนหรือการวางกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ช่วยให้ชุมชนเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับ Mettathamrong et al (2019) กล่าวถึง หนึ่งในตัวแปรของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ดี คือการบริหารจัดการแผนการดำเนินงาน การวางกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางหรือแผนการในการดำเนินธุรกิจ คล้ายกับงานวิจัยนี้ ซึ่งชุมชนการท่องเที่ยวจะเติบโตได้ หรือบริหารจัดการได้จะต้องมีการวางแผน โดยเฉพาะการวางแผนกลยุทธ์ โดยสมาชิกทุกคนควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินการ สอดคล้องกับ Dechakhumphu and Homdee (2017) กล่าวถึงชุมชนการท่องเที่ยวสมาชิกควรมีส่วนร่วมในการวางแผนทุกกระบวนการ อันเป็นสิ่งสำคัญช่วยให้เกิดการพัฒนายั่งยืน ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมานี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ เพราะการวางแผนเป็นสิ่งที่ทุกองค์กร ทุกธุรกิจควรมีการวางแผนอย่างมีความรัดกุม แผนการดำเนินงานที่ดีจะต้องมีการประชุมวางแผนกันอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่งได้

การตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นกระบวนการสื่อสารผลิตภัณฑ์หรือการบริการไปยังลูกค้า อีกทั้งเป็นกิจกรรมของชุมชน ที่ช่วยสื่อสารให้ลูกค้าได้มาเที่ยวชมหรือมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Bhakdechakriwut and Choibamroong (2019) กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งที่เป็นต่อวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ หรือวิธีการต่างๆ และสอดคล้องกับ Thongdee and Boonsak (2017) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในชุมชนในลักษณะของเครือข่ายการตลาด จะทำชุมชนได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ทางการตลาดต่อกัน มีการสร้างความสัมพันธ์ต่อกันและกัน โดยมีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยนี้ เพราะการสื่อสารทางการตลาดจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า และยังเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ดีอีกด้วย

2. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นตามข้อมูลเชิงประจักษ์ ดำเนินการหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย (Composite Reliability: CR) และค่าความเที่ยงตรงภายใน โดยพิจารณาจากค่า (Average Variance Extracted Evaluation-AVE) โดยเกณฑ์ในการพิจารณาค่า CR และ AVE จะต้องมีความมากกว่า 0.50 จะแสดงถึงเครื่องมือวิจัยที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย

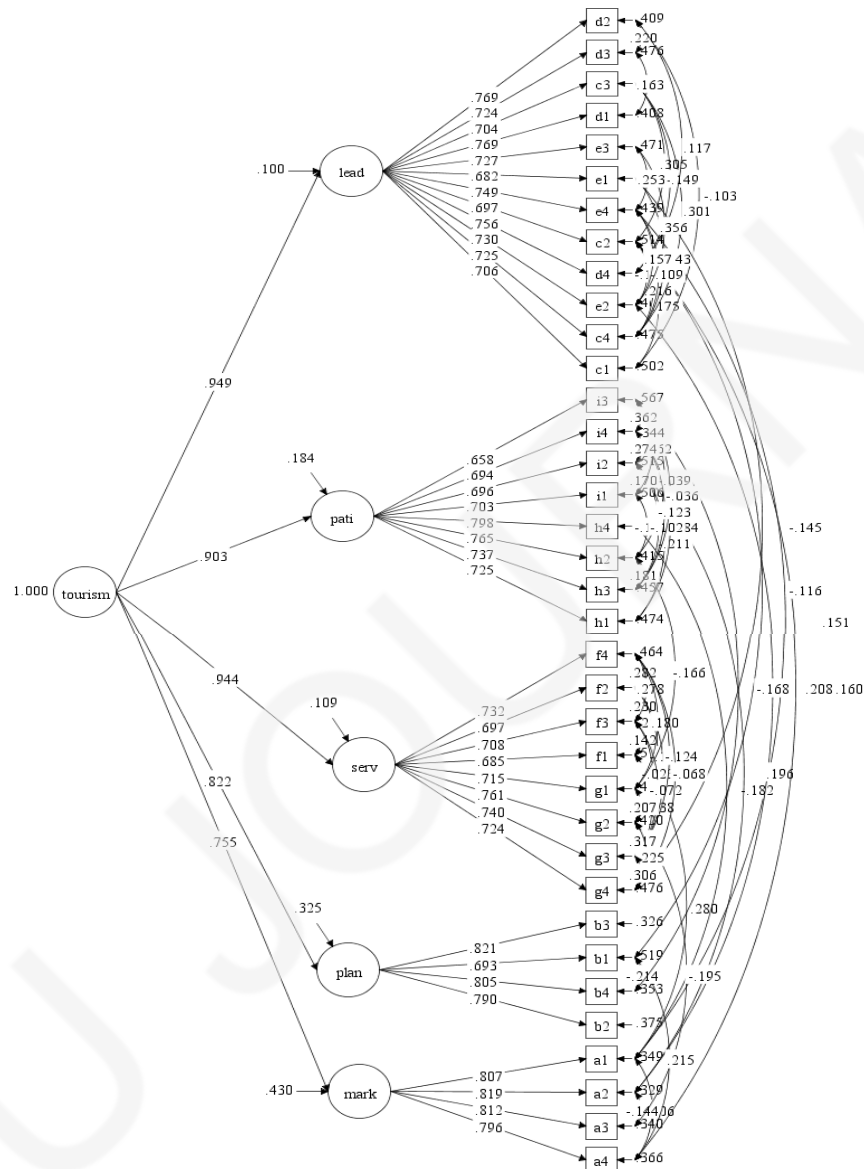
องค์ประกอบที่	ชื่อตัวแปรแฝง	CR	AVE
1	ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD)	0.93	0.63
2	การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI)	0.89	0.72
3	การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV)	0.89	0.72
4	การวางแผนการดำเนินงาน (PLAN)	0.86	0.60
5	การตลาด (MARK)	0.88	0.65

จากตารางที่ 4 การตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยค่า CR และค่า AVE มีค่ามากกว่า 0.50 ทุกค่า แสดงว่าผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นมีความเที่ยงตรงภายใน

ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นตามข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยวิเคราะห์โมเดลด้วยโปรแกรม Mplus ตามภาพที่ 1 จากการวิเคราะห์โมเดลด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ $\chi^2 = 931.60$ ค่า $df = 529$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.76 ซึ่งค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ มีค่าน้อยกว่า 3 ค่า CFI=0.96 ค่า TLI=0.95 ซึ่งค่า CFI และค่า TLI มีค่ามากกว่า 0.95 ค่า RMSEA=0.04 ซึ่งเป็นค่าน้อยกว่า 0.05 และ SRMR= 0.03 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.06 จากการพิจารณาจากค่าดังกล่าวแสดงว่าตัวแปรแฝง ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี (LEAD) การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ (PATI) การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน (SERV)



การวางแผนการดำเนินงาน (PLAN) และการตลาด (MARK) เป็นปัจจัยที่บ่งชี้ได้ถึงปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น และจากการทดสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นตามข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



$$\chi^2 = 931.60, df = 529, (\chi^2/df) = 1.76, CFI = 0.96, TLI = 0.95, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.03$$

ภาพที่ 2 โมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น โดยโมเดลที่ทดสอบตามมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการวิจัยนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวประกอบด้วย ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน การวางแผนการดำเนินงาน และการตลาด ซึ่งปัจจัยดังกล่าวคือสิ่งที่ชุมชนการท่องเที่ยวควรส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดความสามารถในการแข่งขันกับชุมชนอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Boromsamlee and Sunson (2017) กล่าวถึง ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ภาพลักษณ์ และการมีส่วนร่วม ซึ่งผลการวิจัยที่ค้นคว้าของงานวิจัยนี้มีความ

คล้ายกับงานวิจัยนี้ในหัวข้อ การมีส่วนร่วม เพราะการท่องเที่ยวตลาดน้ำต้องการการมีส่วนร่วมของชุมชนรอบๆ ตลาดน้ำ มีคล้ายกับชุมชนการท่องเที่ยวควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเช่นกัน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญเพื่อจะได้ร่วมกัน ห่วงหาญทวีการที่ตนเองมี และสอดคล้องกับ Saengkae and Sucher (2019) กล่าวถึง ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยแรงจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว และ ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ เพราะวิธีการศึกษา ใช้รูปแบบโมเดลสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ โดยผลการวิเคราะห์ความคล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยการมีส่วนร่วม และการตลาด ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเกิดความยั่งยืนได้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ คือ 1) ภาวะผู้นำและการใช้เทคโนโลยี 2) การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ 3) การบริการลูกค้าและการประหยัดต้นทุน 4) การวางแผนการดำเนินงาน และ 5) การตลาด และการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยว โดยรับรู้และรับทราบถึงปัจจัยที่เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยวได้อย่างรอบด้าน เป็นปัจจัยสำคัญเพื่อนำไปอบรม หรือให้ความรู้ ถ่ายทอดได้อีกทั้งผลงานวิจัยนี้จะเป็นตัวอย่าง หรือเป็นประโยชน์ต่อชุมชนต่างๆ ที่จะนำไปปฏิบัติหรือนำไปแก้ไขให้ชุมชนของตนเอง เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษารั้วนี้ชุมชนการท่องเที่ยวสามารถนำปัจจัยดังกล่าวไปปรับปรุง หรือเสริมให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้นในทุกๆ ด้าน ซึ่งชุมชนควรมีการวางแผนในการพัฒนาชุมชนตามผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ค้นพบ
2. ผลการศึกษารั้วนี้ผู้นำชุมชนหรือผู้พัฒนาชุมชนควรนำไปออกแบบการฝึกอบรมให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมทางด้านการตลาด เพราะทุกวันนี้ชุมชนจะอยู่ได้ต้องคำนึงถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และส่วนลด ถือว่าเป็นหลักสำคัญพื้นฐานที่คนในชุมชนควรรู้ อีกทั้งการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยี ชุมชนสามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อความสะดวกใหม่ หรือใช้เทคโนโลยีเพื่อความเป็นผู้นำทางการแข่งขันได้
3. ผลการศึกษารั้วนี้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยหนึ่งที่ที่น่าสนใจคือ การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์ ทุกวันนี้สมาชิกแต่ละคนยังไม่ให้ความสำคัญถึงการมีส่วนร่วมหรือการแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกัน ดังนั้นแล้วหากมีการรณรงค์ให้เกิดการมีส่วนร่วมจะทำให้ชุมชนการท่องเที่ยวเกิดการพัฒนามากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อหน่วยงานของทางภาครัฐ ก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อชุมชนจะได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนจากภาครัฐ รวมถึงการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบต่างๆ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ เพื่อเป็นการค้นหาปัจจัยเชิงลึก
2. ควรมีการศึกษาในเรื่องนี้กับกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่นๆ เช่น ภาคใต้ หรือภาคเหนือ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบตัวแปร หรือตัวแปรใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย
3. ควรมีการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปแก้ไขได้ถูกต้อง



ข้อจำกัดการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวโอท็อปในจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากผู้วิจัยมีเงินทุนที่จำกัดจึงเก็บข้อมูลได้เฉพาะในจังหวัดขอนแก่นเพียงเท่านั้น

References

- Ariyasipong, A. and Kitrattanaphon, P. (2015). Rūpbāp bānpak nakthōngthīeo nai thōngthin khrop wongchōk tām lak sēthakit phōphāng [The tourist-hostel model in the full regional cycle according to the principle of sufficient economy]. *Journal of MCU Social Science Review*. 4(3),263-274.
- Aungkavipart, A., Disatapundhu, S., Poonpakdee, N., Tunprasert, W. and Tangtrongsit, S. (2018). Kān ‘ōkbāp rēksin samrap ‘āp phlikhēchan songsoēm kānthōngthīeo chumchon Bāngkoḥ Nōj [Graphic design for tourism application for Bangkok Noi community]. *College of Social Communication Innovation, SWU*. 6(2),236-246.
- Bhakdechakriwut, Y. and Choibamroong, T. (2019). Sakkayaphāp chumchon dān kān songsoēm kāntalāt kānthōngthīeo kae lāng thōngthīeo dōi chumchon nai phūnthī phisēt mūang Phatthaya lāe phūnthī chūam yōng [Community potential to promote tourism marketing of tourist attractions by the community in the special governed city- pattaya and the related areas]. *College of Social Communication Innovation*. 7(2),254-264.
- Blake, R. R. and Mouion, J. S. (1982). The new managerial grid. Houston : Gulf Publishing.
- Boromsamlee, K. and Sunson, R. (2017). The marketing strategy model for sustainable floating market tourism. *Veridian E Journal, Silpakorn University*. 10(2),1-22.
- Buasook, C., Chitwicharn, C., Suwan, M. and Foosang, S. (2016). Kān soēmsāng phāwa phū nam chumchon nai kānphatthana lāe thāithōt phūmpāyā dān kānchatkān sapphayākōk nam yāng yangyūn : kōrānī suksā bānmūang ngāi tambon mūang ngāi ‘amphōe chiāng dāo chāngwat Chiāng Mai [Improvement of community leadership in development and dissemination of knowledge concerning the water resource management: A case study of Mueang Ngai Sub-District, Chiang Dao District Chang Mai province, Lampang]. *Lampang Rajabhat University Journal*. 5(2),33-44.
- Chairatana, P., Phrompraka, P., Chongsithiphol, S. and Manirochana, N. (2020). Kānphatthana kānchai theknōyī sārasonthēt lāe kānsūsān (ICT) soēm thaksa kānrīanrū khōng chumchon phūa prachāsamphan sathānthī thōngthīeo dōi chumchon khēt Bāngkoḥ Nōj Krung Thēp Mahā Nakhōn [Development of the Use of Information and Communication Technology (ICT) as tool for learning skill enhancement and promotion of tourist attractions in Bangkoknoi District]. *SSRU Graduate Studies Journal*. 13(1),1-17.
- Chunhabunyathip, P. (2017). Kānthōngthīeo chumchon kap kānmī sūanrūam nai kān ‘anurak singwætloḥm phūnthī chum namnōng chai wān bān dōḥ dāng ‘amphōe sī songkhram chāngwat Nakhōn Phanom [Community Tourism and Environmental Conservation Participation in Nong Chaiwan Wetland Dondeng Village, Srisongkhram District, Nakhon Phanom Province]. *Journal of International and Thai Tourism*. 13(2),47-62.
- Cohen, J. M. and Uphoff, N. T. (1980). *Participation place in rural development: Seeking clarity through specificity, world development*. New York : Cornell University.
- Dechakhumphu, K. and Homdee, T. (2017). Konkai kānmī sūanrūam khōng chumchon nai kānchatkān phūnthī sathārana hāt hae kō klāng mænam khōng [Participatory mechanism of community in public area management of Had Hae, the Mekong river central Island]. *Area Based Development Research Journal*. 9(5),347-360.



- Delbecq, A. L. and Andrew, H. V. (1971). A group process model for problem identification and program planning. *Applied Behavioral Sciences*. 7(10),466-492. doi:10.1177/002188637100700404
- Duanguppama, S., Adersson, P. and Phuworakij, P. (2018). Kānsuksā nāōthāng kānchatkān lāe rūpbāep kānthōngthīeo nai chāngwat kānsintha [The tourism pattern and managerial guideline: A case study of Kalasin province]. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*. 9(3), 10-18.
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Imiwat, P., Wongpratum, N., Somkuan, K. and Inthep, A. (2019). Nawattakam kānchatkān kānthōngthīeo choēng prawattisat lāe watthanatham chumchon tām nāōthāng prachā rat nai 'amphoe Wiāng Chai chāngwat Chiāng Rāi [The innovation for management of historical and cultural tourism of community under civil state approach in Wiang Chai District, Chiang Rai province]. *College of Social Communication Innovation, SWU*. 7(2),145-156.
- Imlek, K., Setanawat, S. and Udomphol, W. (2014). Kān sangkhro kāsāng khī khwāmsāmāt lāe soēm kānthōngthīeo nai phāk tawan 'ōk [The synthesis of capacity building and strengthening tourism in the eastern region]. Chonburi : Faculty of Management and Tourism, Burapha University.
- Inthamon, C. and Lersphoottharak, S. (2019). Rūpbāep kānchatkān thurakit nawattakam hōmsatē nai chumchon samrap nakthōngthīeo [The management model of homestay innovation business in the community for tourists], *Silpakorn University Journal*. 39(6),85-103.
- Jinavamsa, E., Kittisobhano, K. and Thitabho, P. (2018). Konkai kānbōrihān chatkān kānthōngthīeo nai chumchon phān miti satsanā chāngwat Phra Nakhōn Sī 'Ayutthayā [A mechanism of tourism management in community by religions dimension at Ayutthaya], *Journal of MCU Social Science Review*. 7(2-2),531-546.
- Khongthong, P. and Namwong, S. (2016). Patchai thī song phon tō khwāmsamret khōng kānphatthanā lāēng thōngthīeo choēng watthanatham khōng chāngwat Nakhōn Sī Thammarāt [Factors affecting the success of cultural tourism destination development of Nakhon Si Thammarat Province]. *Journal of International and Thai Tourism*. 12(2),1-32.
- Kotler, P. (1994). *Marketing essential*. New Jersey : Prentice-Hall.
- _____. (2002). *Marketing management millennium edition*. USA : Pearson Education Company.
- Mettathamrong, J., Phromket, C. and Vichasilp, K. (2019). Kān wikhrō mōdēn'ong prakōp choēng yūnyān khōng kānbōrihān chatkān wisāhakit chumchon nai chāngwat Sakon Nakhōn phūa mung sū thailāēn sī . sū [Analysis of a confirmatory factor model of community enterprise management in Sakon Nakhon Province to Thailand 4.0], *Journal of Community Development and Life Quality*. 7(3),249-260.
- Milton, C. R. (1981). *Human Behavior in Organization*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Ministry of Tourism and Sports. (2020) *Thailand tourism vision report 2036*. Retrieved March 2021, from https://secretary.mots.go.th>article > article_20170509151433.
- Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. New York : The Free Press.
- National Tourism Policy Board. (2017). *National tourism development Vol. 2(2017-2021)*. Retrieved March 2021, from https://www.wise.co.th>Draft_Tourism_Strategy_2560_2564.
- Patcharachotsuthi, P. (2018). Patchai laksana thurakit khōng phūprakōpkān thī song phon tō konlayut kānhai bōrikan samai mai lāe khwām daipriap thāngkān khāēngkhan khōng thurakit namthīeo [Entrepreneurial Business Characteristics Affecting Modern Service Strategies and Competitive Advantages in Tourism Business]. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 11(3),849-865.



Philip B. C. (1979). *The art of making quality certain*. New York : McGraw-Hill.

Saengkae, N. and Sucher, W. (2019). Patchai kāsāng prasopkān kānthōngthīeo chumchon rim nam : kōrānī suksā chumchon rim nam chānthabūn chāngwat Chānthaburī [Factors of crating waterfront community tourism experience: A case study of Chantaboon waterfront community, Chanthaburi province]. *Dusit Thani College Journal*. 13(3),309-324.

Saleewong, D. and lam-khong, N. (2017). Kānprayukchai theknōlōyī sārasonthēt nai kānboṛihān chatkān sinkhā chumchon phūā khwāmyangyūn thāng sēthakit [An apply of information technology with the management of product community for sustainable economic]. *Veridian E Journal, Silpakom University*. 10(3),2355-2371.

Serirat, S. (1999). *‘Ōngkōn lāe kānchatkān chabap mātrathān [Organization and management of the standard edition]*. Bangkok : Teerafilms and Cytex Publishing House.

Sroksri, N. (2019). ‘Attalak withī watthanatham chumchon ta pōn ‘amphoe khōlung chāngwat Chānthaburī : kānchatkān phūā phatthana rūpbāp kānthōngthīeo yāng yangyūn [The cultural identity of Tapon Community, Khlung district, Chanthaburi province: management of sustainable tourism model]. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*. 15(2),197-213.

Suphatranon, S., Phornlaphatrachakorn, K. and Pratoom, K. (2019). Patchai thī song phonkhō tō sakkayaphāp kān banchī tonthun huāng sō khunkhā ngāwīchāi choēng prachak thurakit phalit ‘uppakōn ‘ileksoṇik lāe khruāng chai fai fā nai prathēt [Affecting factors on value chain costing capability: An empirical evidence of electronic and electrical appliance business in Thailand]. *The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal (GTHJ.)*. 25(3),114-130.

Thongdee, N. and Boonsak, K. (2017). Kānchatkān talāt kānthōngthīeo dōi chumchon khōng lāeng mōradok thāng watthanatham lumnām khōng chī mūn phūā chuām yōng kānthōngthīeo prathēt Thai Lāo lāe Wiatnām [The community tourism marketing management based on cultural heritage site of Khong-Chi-Mun river Basin for linked Thai-Laos-Vietnam tourism]. *Area Based Development Research Journal*. 9(2),122-137.

Yindeechan, N., Kaewtatanavatana, P. and Boriwongtakun, S. (2021). Kānphatthana sakkayaphāp chumchon nai kānchatkān thōngthīeo yāng yangyūn kōrānī suksā khruākhaī thōngthīeo dōi chumchon Chānthaburī [Community potential development for sustainable tourism management a case study of tourism network by Chanthaburi community]. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*. 11(1),248-260.