

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสงขลา

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCES
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY



SCAN NOW

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กองบรรณาธิการภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ประมาณ เทพสงเคราะห์

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

รองศาสตราจารย์ ดร.บำรุง ศรีนวลปาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา สร้อยทอง

มหาวิทยาลัยนครพนม

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาพร ยางประยงค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ยี่ขะเด

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ดร.จตุรภัทร จันทร์ทิตย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กองจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านวิทยาการจัดการ

กำหนดเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน และกรกฎาคม - ธันวาคม)

การบอกรับและติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

160 หมู่ 4 ถ.กาญจนวนิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000

โทร. 0 - 7426 - 0268

E-mail : mgt-journal@skru.ac.th

บทความที่ตีพิมพ์ทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
หนึ่ง ทศนะและขอคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
เป็นความคิดเห็นของผู้นเขียนและไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการเป็นวารสารที่เผยแพร่บทความทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มุ่งหวังที่จะเป็นสื่อกลางเผยแพร่บทความวิชาการ และบทความวิจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม นิเทศศาสตร์ การบริหารท้องถิ่น และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2567) บทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ วารสารฉบับนี้มีการนำเสนอบทความวิจัย จำนวน 3 เรื่อง ทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสถาบัน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความและกองบรรณาธิการทุกท่านที่เสียสละเวลาให้คำแนะนำชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบทความทางวิชาการอันเป็นประโยชน์ทางวิชาการ สำหรับอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา หายสุดขอขอบคุณเจ้าของผลงานวิชาการทุกท่านที่ทำให้วารสารฉบับนี้มีคุณค่าสามารถนำไปใช้อ้างอิงและใช้ประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง
บรรณาธิการ

สารบัญ

1

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Factors Affecting the Selection of Accommodation services in Mueang District, Songkhla Province

กุอา รือมิง เป๊ะซา ชุติกกาญจน์ นุชสมัย ซูไฮดา มะสาสะ ณัฐชา บิลระหิม ภาคภูมิ ตันชู และ จารุวรรณ ทองเนื้อแข็ง

Kuarueming Pohsa, Chutikran Nutsamai, Suhaida masasa, Natcha Bilraheem, Phakpoom Tansoo, and Jaruwan Thongnueakhaeng

13

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

Behavior and Satisfaction of Tourists Visiting Songkhla Old Town

กัลยารัตน์ ขนาน จัยดำ เบ็ญสอิ วรรณกร กรอบเพชร สุภาวดี แซ่เลี้ยว และเสรี บุญรัตน์

Kanyarat Khanan, Jaida Bensa-i, Wanakon Krobpet, Supawadee Saeleaw and Saree Boonrat

23

ผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Impact of Digital Accounting on Cost Reduction of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Muang, Songkhla

ปทุมพร หิรัญสาลี และอัญชลี สุขชีวินต์

Patumporn Hiransalee and Anchalee Sukkhewat

32

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ

37

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา Factors Affecting the Selection of Accommodation Services in Mueang District, Songkhla Province

กุอา รือมิง เป๊ะซา¹, ชุติกานุญจน์ นุชสมัย^{2*}, ซูไฮดา มะสาสะ³
ณัฐชา บิลระหีม⁴, ภาคภูมิ ต้นชู⁵, และจารุวรรณ ทองเนื้อแข็ง⁶

Kuarueming Pohsa¹, Chutikran Nutsamai², Suhaida Masasa³

Natcha Bilraheem⁴, Phakpoom Tansoo⁵, and Jaruwan Thongnueakhaeng⁶

*Corresponding author, e-mail: momay27062546@gmail.com

Received 26/07/2024

Revised 21/08/2024

Accepted 30/09/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักในจังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาส่วนประสมของการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่พัก ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 150 ชุด ผลการศึกษาได้ดังนี้ ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมทุกด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีระดับความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 และมีค่า S.D. อยู่ที่ 3.80 โดยมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 เมื่อพิจารณาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังมากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมทุกด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีเพศ และรายได้ต่างกัน มีระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาจากอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

คำสำคัญ : ปัจจัยการเลือก บริการ ที่พัก

¹⁻⁵ นักศึกษา, หลักสูตรการจัดการบัณฑิต (สาขาการจัดการสมัยใหม่) มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

Student, Bachelor of Management Program (Modern Management), Thaksin University, Songkhla Campus

⁶ อาจารย์ ดร., หลักสูตรการจัดการบัณฑิต (สาขาการจัดการสมัยใหม่) มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

Lecturer Ph.D., Bachelor of Management Program (Modern Management), Thaksin University, Songkhla Campus

Abstract

The purpose of this research was to study the behavior of tourists who influence the decision to choose accommodation in Songkhla Province and to study the combination of marketing that affects the decision to choose accommodation services in Songkhla Province by using a questionnaire as a tool to collect data from Thai tourists who come to use accommodation services. The results of the study are as follows: The results of the study are as follows: Thai tourists who come to use the accommodation service. In Mueang District, Songkhla Province, the level of expectation for choosing accommodation services in Mueang District, Songkhla Province is very high at an average of 3.80 and the S.D. value is 3.80 with a statistically significant implication at the level of 0.10. Thai tourists who come to use the accommodation service. In Mueang District, Songkhla Province, with different genders and incomes. There is a level of expectation of Thai tourists who come to use the accommodation service in Mueang District, Songkhla Province. However, considering the different ages, statuses, education levels, and occupations, there are expectations of Thai tourists who come to use the accommodation services in Mueang District, Songkhla Province

Keyword: *Selection Factors, Service, Accommodation*

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกขยายตัวจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีสัญญาณฟื้นตัวต่อเนื่องในเกือบทุกประเทศ โดยเฉพาะไต้หวัน มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ที่กลับมามีอัตราการเติบโตอย่างชัดเจน หลังจากที่ได้ทยอยเปิดประเทศมาเป็นระยะตั้งแต่ต้นปี 2565 โดยในเดือนตุลาคม 2565 ประเทศในภูมิภาคอาเซียน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ มีปริมาณการเดินทางคิดเป็นสัดส่วน 40% ของเดือนตุลาคม 2562 ก่อนการระบาดของโควิด-19 ทั้งนี้ในประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน และฮ่องกงนั้นประเมินว่าในเดือนตุลาคม 2565 จะมีปริมาณการเดินทางคิดเป็นสัดส่วนเพียง 10% ของเดือนตุลาคม 2562 ส่วนหนึ่งเกิดจากประเทศดังกล่าวเพิ่งจะผ่อนคลายมาตรการควบคุมการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Matichon, 2022)

โรงแรมหาดใหญ่-สงขลา เป็นอีกพื้นที่หัวเมืองเศรษฐกิจภาคใต้ตอนล่างที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 จากมาตรการปิดล็อกพื้นที่ทั้งจากมาเลเซียและภายในประเทศ ทำให้ส่วนใหญ่ต้องปิดให้บริการชั่วคราวจนสถานการณ์คลี่คลายต่างกลับมาทยอยเปิดให้บริการใหม่ภายใต้ข้อกำหนดนิวนอร์มอล ขณะนี้โรงแรมในจังหวัดสงขลาที่ปิดกิจการชั่วคราวช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา ทยอยเปิดให้บริการเพิ่มขึ้น กลุ่มโรงแรมที่ทยอยเปิดให้บริการในช่วงนี้ คือ โรงแรมที่มีกลุ่มลูกค้าคนไทยซึ่งเริ่มจะมีงานประชุมสัมมนา แต่ก็ยังไม่มากเมื่อเทียบกับจำนวนโรงแรมที่มีอยู่ประมาณ 200 แห่ง ส่วนกลุ่มโรงแรมที่มีลูกค้าเป็น

นักท่องเที่ยวมาเลเซียและสิงคโปร์เป็นหลัก ยังต้องรอให้ทางประเทศมาเลเซียต้องรอ มาตรการห้ามการเดินทางออกนอกประเทศก่อน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 60% เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทยและอีก 40% เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย กลุ่มลูกค้าหลักของจังหวัดสงขลา ก็คือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคนไทย หลังจากที่มีการผ่อนคลายมาตรการต่าง ๆ ออกมาเป็นระยะ ๆ เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดดีขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ทางสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา ร่วมกับคณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และโรงพยาบาลสงขลานครินทร์ สาขา 2 จัดอบรมหลักสูตรวิธีการปฏิบัติเพื่อป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อโควิด19 เพื่อสุขอนามัยของพนักงานทุกคน และเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการเพื่อให้เศรษฐกิจสามารถดำเนินต่อไป รวมถึงการสร้างความมั่นใจ ให้กับลูกค้าพักกับทางโรงแรม ภาคใต้เริ่มมีการฟื้นตัวที่ดีหลังจากที่ตกอยู่ในช่วงสภาวะทรุดตัวมานาน โดยคาดว่าจะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 4.15 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 84 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 25,141 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 ซึ่งการฟื้นตัวในส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคผ่านการจัดกิจกรรมโครงการ 365 วัน มหัศจรรย์เมืองไทย เที่ยวได้ทุกวัน นอกจากนี้ ยังมีบล็อกเกอร์เพจท่องเที่ยวรีวิวหนังรถไฟเที่ยวเส้นทาง 3 จังหวัดชายแดนใต้และเส้นทางหาดใหญ่ ทำให้เกิดกระแสตามรอยหนังรถไฟเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y วัยทำงาน ขณะเดียวกัน มาตรการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 5 มีส่วนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวภาคใต้ให้ฟื้นตัวมากขึ้น เพราะราคาโรงแรมที่พักอยู่ในระดับที่คนไทยเอื้อมถึงซึ่งจากปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลให้ภาพรวมท่องเที่ยวภาคใต้มีการเติบโตเพิ่มขึ้น

จากประเด็นข้างต้น การผ่อนคลายสถานการณ์โควิด-19 จึงทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมมีการปรับตัวเพื่อรองรับผู้ใช้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งปัจจัยการต่าง ๆ ส่งผลต่อการให้บริการที่ยังคงคำนึงถึงคุณภาพการบริการและความปลอดภัยด้านสุขอนามัย แต่ทั้งนี้การปรับตัวยังคงของสภาพที่พักต่าง ๆ ยังคงไม่มีความพร้อมเพียงพอ เช่น คุณภาพการให้บริการ การพัฒนาบุคลากรด้านบริการ ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลา ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อนำผลการศึกษารังนี้ไปเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พักเพื่อไปพัฒนาและวางแผนในการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จึงนำมาสู่คำถามการวิจัย ปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร และปัจจัยส่วนประสมของการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดสงขลาควรเป็นอย่างไร ตลอดจนเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการที่พักของโรงแรมสืบไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมของการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าโดยแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง ปฏิบัติการและกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกทางรูปธรรมนามธรรมตลอดเวลา สังเกตได้โดยใช้ประสาทสัมผัส วาจา และการกระทำ (Jandaeng, Kosolkittiamporn & Kenaphoom, 2019) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยสามารถแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมที่เกิดจากภายนอก (Overt Behavior) เป็นการกระทำที่สังเกตได้โดยใช้ประสาทสัมผัส และพฤติกรรมที่เกิดจากภายใน (Covert Behavior) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ บุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตได้ (Tansakul, 1998)

แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจ

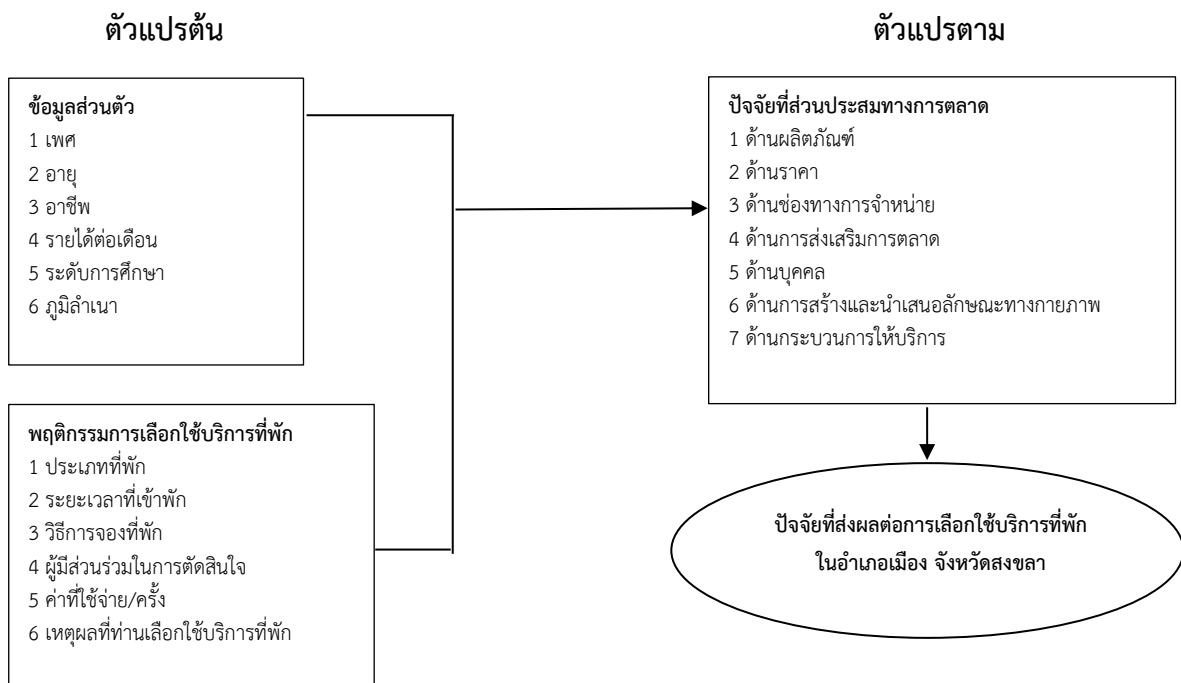
การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีอยู่หลายทาง เป็นแนวทางปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ อาจเป็นการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งหลายอย่าง การตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่ยากสลับซับซ้อน และมีวิธีการแก้ปัญหามากกว่าหนึ่งอยู่เสมอ ผู้ตัดสินใจต้องเลือกปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและเกิดผลสูงสุด การที่มนุษย์จะตัดสินใจทำอะไรก็ตามจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลและความจริงเพื่อประเมินความเป็นไปได้หรือไม่ได้แล้วจึงตัดสินใจว่าจะทำหรือไม่ทำ โดยกระบวนการตัดสินใจจะเริ่มจากการมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการตัดสินใจ มีรายละเอียดข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกพิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือก ซึ่งการทำนายอาจจะ ขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสบการณ์ในอดีตและระดับความปรารถนาของบุคคลนั้น ซึ่งการทำนายผลอาจจะมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่ง 2 ประการ คือ ข้อมูลที่รวบรวมได้ และน้ำหนักในการคาดคะเนอย่างเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม กระบวนการตัดสินใจเป็นการทำความเข้าใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เป็นไปตามลำดับ ลูกค้ำที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการหากมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการจะทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าลูกค้ำไม่มีความพึงพอใจต่อบริการอาจไม่กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป (Phetraweck, 2016) กาดตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้นจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ จากบุคคลหรือสภาพแวดล้อม (Meire, Hewett, Ballings, Kumar & Poel, 2019)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมของการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด คือ กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกัน และใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ Kotler (2012) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เกิดความสนใจ การใช้บริการนั้นทำให้ลูกค้ำเกิดความพึงพอใจมาจากสิ่งที่สัมผัสได้และ/หรือสัมผัสไม่ได้ 2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้บริการที่ลูกค้ำรับรู้ เพื่อให้ได้รับ

ผลประโยชน์จากการใช้บริการ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ กลุ่มเป้าหมายคือใคร บริการสู่ผู้บริโภค ผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ ความพึงพอใจ (Satisfaction) ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการ 5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่ องค์กรต่าง ๆ โดยบุคลากร นับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญเพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ถูกค่าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้บริการ เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น รูปแบบของการจัดห้องพัก การแต่งกายของ พนักงาน ลักษณะกายภาพ อาจหมายถึง สัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูล จากการสื่อสารทางการตลาดออกไปสู่สาธารณะ และ 7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง งานด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว โดยแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดสงขลา ในปี 2566 จำนวน 1,908,855 คน จากฐานข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2566 ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของทาร์โร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ความคลาดเคลื่อน 10% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 ชุด ทั้งนี้คณะผู้วิจัยป้องกันความคลาดเคลื่อนดำเนินการเก็บตัวอย่างจำนวน 150 ชุด โดยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามรายละเอียดของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อมูลประเภทที่พักที่ท่านเลือกใช้บริการ ระยะเวลาที่ท่านเข้าพักต่อครั้ง วิธีการหรือช่องทางที่ท่านใช้ติดต่อจองห้องพัก ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกใช้บริการที่พัก และค่าใช้จ่ายต่อครั้งของท่านในการเข้าใช้บริการที่พัก

ตอนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาในจังหวัดสงขลา แบ่งเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพและด้านกระบวนการ มีลักษณะแบบประเมินค่า Likert Scale 5ระดับ

ตอนที่ 4 : ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient Alpha) (Cronbach, 1971) ปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7p ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ระดับ 0.760 ซึ่งมากกว่า 0.70 และเข้าใกล้ 1 ถือได้ว่าอยู่ในระดับดี สามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์อธิบายข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา โดยการใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60.00	40.00
หญิง	90.00	60.00
รวม	150	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า19 ปี	12.00	8.00
20-30 ปี	75.00	50.00
31-40 ปี	51.00	34.00
41-50 ปี	12.00	8.00
รวม	150	100
3. อาชีพ		
รับราชการ พนักงานราชการ	19.00	12.67
พนักงานเอกชน	36.00	24.00
ธุรกิจส่วนตัว	45.00	30.00
นักเรียน นักศึกษา	37.00	24.67
รัฐวิสาหกิจ	13.00	8.67
รวม	150	100
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	32.00	21.33
10,001 – 20,000 บาท	49.00	32.67
20,001 – 30,000 บาท	49.00	32.67
30,001 – 40,000 บาท	16.00	10.67
40,001 -50,000 บาท	4.00	2.67
รวม	150	100
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29.00	19.33
ปริญญาตรี	103.00	68.67
ปริญญาโท	16.00	10.67
ปริญญาเอก	2.00	1.33
รวม	150	100

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวนคน	ร้อยละ
6. ภูมิลำเนา		
ภาคกลาง	8.00	2.70
ภาคใต้	121.00	81.70
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.00	4.20
ภาคตะวันออก	7.00	4.80
ภาคเหนือ	4.00	2.70
ต่างประเทศ(มาเลเซีย)	4.00	2.70
รวม	150	100

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกบริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีรายได้ 10,001 - 20,000 และ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 68.67 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70 ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ		
ห้องพักที่มีลักษณะเป็นหลังๆ	14	9.33
ห้องพักที่มีลักษณะใกล้ชิดธรรมชาติ	36	24.00
ห้องพักที่มีลักษณะเงียบสงบผู้คนไม่พลุกพล่าน	42	28.00
ห้องพักที่มีลักษณะใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	58	38.67
รวม	150	100
2. ระยะเวลาที่เข้าใช้บริการที่พัก		
1 คืน	42	28.00
2-3 คืน	99	66.00
4-5 คืน	6	4.00
มากกว่า 5 คืน	3	2.00
รวม	150	100
3. วิธีการที่ท่านใช้จองที่พัก		
เอเจนท์ท่องเที่ยว	4	2.67
จองผ่านเว็บไซต์	51	34.00
ติดต่อโดยตรงผ่านโทรศัพท์	56	37.33
เดินทางไปด้วยตนเอง	39	25.33
รวม	150	100

ตารางที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
4. ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก		
ตนเอง	63	42.00
ครอบครัว	65	43.33
ญาติ/เพื่อน	14	9.33
บริษัท/ทัวร์	8	5.33
รวม	150	100
5. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเลือกใช้บริการที่พัก		
ไม่เกิน 1,000 บาท/คืน	27	18.00
1,001 – 2,000 บาท/คืน	81	54.00
2,001 – 3,000 บาท/คืน	33	22.00
3,001 – 4,000 บาท/คืน	8	5.33
4,001 – 5,000 บาท/คืน	1	0.67
รวม	150	100
6. เหตุผลในการเลือกโรงแรม		
สิ่งอำนวยความสะดวก	16	10.67
บรรยากาศและวิวทิวทัศน์	51	34.00
ทำเล ที่พัก	31	20.67
ห้องพักและราคา	30	20.00
ความสะดวกในการจอง	18	12.00
การประชุมและการสัมมนา	3	2.00
การจัดอีเวนต์	1	0.67
รวม	150	100

ตารางที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการเป็นห้องพักที่มีลักษณะเงียบสงบผู้คนไม่พลุกพล่าน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ระยะเวลาที่เข้าใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่จำนวน 2-3 คืนจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 วิธีการที่ท่่านใช้จองที่พัก โดยติดต่อโดยตรงผ่านโทรศัพท์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่คือครอบครัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเลือกใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 1,001 – 2,000 บาท/คืน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 และเหตุผลในการเลือกโรงแรม ส่วนใหญ่เพราะ บรรยากาศและวิวทิวทัศน์จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	0.49	มาก
ด้านราคา	4.01	0.52	มาก
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.63	0.75	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.12	0.91	ปานกลาง
ด้านบุคคล	4.01	0.56	มาก
ด้านกระบวนการ	3.79	0.65	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.04	0.49	มาก
รวม	3.80	3.80	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พัก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 พิจารณาในรายด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคคล มีความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านกระบวนการ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านส่งเสริมการตลาด มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60 มีอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 50.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30.00 มีรายได้ 10,001 - 20,000 และ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 32.67 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.67 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ร้อยละ 81.70

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการที่เป็นห้องพักที่มีลักษณะเงียบสงบผู้คนไม่พลุกพล่าน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ระยะเวลาที่เข้าใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่จำนวน 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 66.00 วิธีการที่ท่านใช้จองที่พักโดยติดต่อโดยตรงผ่านโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 37.33 ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่คือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.33 ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเลือกใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 1,001 – 2,000 บาท/คืน คิดเป็นร้อยละ 54.00 และเหตุผลในการเลือกโรงแรม ส่วนใหญ่เพราะบรรยากาศและวิวทิวทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 34.00 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปซึ่งจะช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงประเด็น สอดคล้องกับ Praneetham, Charusirichai and Mouepreman (2019) กล่าวว่า พฤติกรรมการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันตามบุคคล

ผู้ประกอบการควรศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่ตอบ
โจทย์อย่างตรงจุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ
และด้านลักษณะทากายภาพ อยู่ในระดับมาก และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้
เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โดยเฉพาะอย่าง
ยิ่งด้านลักษณะทากายภาพ ผู้ประกอบการต้องสร้างประสบการณ์ที่จับต้องได้ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการ
เข้าพักและใช้บริการที่พักซึ่งจะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์และสร้าง Customer Experience
ให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการของคุณไปแล้วกลับมาใช้บริการใหม่อีก สอดคล้องกับ Warichwattana and Mongkol
(2013) กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปอันจะช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการโรงแรมควรวางแผนการพัฒนาและแก้ไขการบริการที่พักให้ตรงตามความต้องการ
ของผู้ใช้บริการร่วมกับสมาคมโรงแรมไทย
2. ผู้ประกอบการโรงแรมควรนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติร่วมกับองค์กรส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวแห่งชาติเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. ประสานงานร่วมกับสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา เพื่อจัดทำโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ
ช่วง High season และ Low season เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใน
จังหวัดสงขลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ความต้องการเลือกใช้โรงแรมของผู้บริโภค แนวทาง
เกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพในการบริการ เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงให้กับผู้ประกอบการให้
ไปในทางที่ดีขึ้น
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ทั้งภายนอก และภายในมากขึ้น เช่น สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก
การศึกษาเศรษฐกิจ สภาวะแวดล้อม และโรคระบาด เป็นต้น
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรอยู่ในลักษณะ
เชิงคุณภาพ เช่น การลงพื้นที่สัมภาษณ์ การเปรียบเทียบ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะมี
ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาในการบริการเกี่ยวกับที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลามากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่านที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาก่อให้เกิดแนวคิดต่องานวิจัยฉบับนี้ และขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย จนทำให้การวิจัยสำเร็จ สมบูรณ์ได้ ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

References

- Jandaeng, B., Kosolkittiamporn, S., & Kenaphoom, S. (2019). Factors that Affecting Behavior Change. *Dhammathas Academic Journal*, 19(4), 235-244.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Matichon. (2022). Business-Economy. Retrieved on 1 August 2017 form <https://today.line.me/th/v2/article/Ya0Qeja>
- Meire, M., Hewett, K., Ballings, M., Kumar, V., & Poel, D. (2019). The Role of Marketer-generated Content in Customer Engagement Marketing. *Journal of Marketing*, 83(6), 21-42.
- Phetrawech, T. (2016). Marketing Mix of Customer's View, Satisfaction in Service Quality Influencing Decision Process of Nevada Cinema, Ubon Ratchathani Province. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanity*, 6(1), 87-97.
- Praneetham, C., Charusirichai, N., & Mouepraman, A. (2019). Behavior of Thai Tourists in Selecting Accommodation In Muang District, Surat Thani Province. *Journal of Kanchanaburi Rajabhat University*, 8(1), 91-106.
- Tansakul, C. (1998). Behavioral Health Sciences. Bangkok: Ordinary Juristic Person, United Sahaprachapanich.
- Warichwattana, W. and Mongkol, K. (2013). Factors Affecting Bangkok Tourists' Behavior on Accommodation Selection in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province. *MBA-KKU Journal*, 6(2), 107-118.

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

Behavior and Satisfaction of Tourists Visiting Songkhal Old Town

กัลยารัตน์ ขนาน¹, จัยด้า เบ็ญสอ², วรณกร กรอบเพชร³,
สุภาวดี แซ่เลี้ยว และเสรี บุญรัตน์⁵

Kanyarat khanan¹, Jaida Bensa-i², Wanakon Krobpet³,
Supawadee Saeleaw⁴ and Saree Boonrat⁵

*Corresponding author, e-mail: saree.b@tsu.ac.th

Received 27/07/2024

Revised 21/08/2024

Accepted 06/10/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำนวน 115 ชุด โดยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ช่วงระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนมกราคม-เดือนมีนาคม พ.ศ.2567 มีการใช้ทฤษฎีเพื่อวิเคราะห์ผลการวิจัยทฤษฎีที่ใช้ คือ ทฤษฎีประชากรศาสตร์ ทฤษฎีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและทฤษฎีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา ส่วนมากนักท่องเที่ยวรับรู้แหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อมาถ่ายรูป มีลักษณะรูปแบบการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการเดินทางมาครั้งนี้มากับเพื่อน งบประมาณในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 5,000 บาท การเดินทางในช่วง วันจันทร์-ศุกร์ และ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา มีปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

คำสำคัญ: พฤติกรรม ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยว

¹⁻⁴ นักศึกษา, หลักสูตรการจัดการบัณฑิต (สาขาการจัดการสมัยใหม่) มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

⁵ อาจารย์, หลักสูตรการจัดการบัณฑิต (สาขาการจัดการสมัยใหม่) มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

Lecturer, Bachelor of Management Program (Modern Management), Thaksin University, Songkhla Campus

Abstract

This research aims to study the behavior and satisfaction of tourists visiting the old town area of Songkhla Province. A questionnaire was used as a tool to collect data from a group of 115 tourists who visited the old town area of Songkhla, utilizing a random sampling technique. The statistics used for data analysis include percentages, means, and standard deviations. The data collection period was from January to March 2024, theories were used to analyze the research results. The theories employed include demographic theory, tourist satisfaction theory, and tourist behavior theory.

The research findings reveal that 1) the behavior of tourists visiting the old town area of Songkhla province shows that most tourists learn about attractions through the internet. First-time visitors primarily aim to take photographs and tend to travel by private car. This trip is often made with friends, with a budget of less than 5,000 baht, and travel typically occurs from Monday to Friday. 2) The satisfaction of tourists in the old town area of Songkhla province is influenced by five key factors related to tourism in the area, which overall are rated at a very high level. These factors include attractions, accessibility to tourist sites, service quality, tourism activities, and facilities.

Keywords: *Behavior, Satisfaction, Tourists*

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีแนวโน้มของอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้มีความมั่นคง (Ministry of Tourism and Sports, 2016) ทำให้ชาวไทยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาสนใจแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากเดิม อีกทั้งมาจากการท่องเที่ยวได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในสังคมมากขึ้น และยังสามารถช่วยผ่อนคลายจากการเหนื่อยล้าของการทำงานที่มีความเครียดและกดดันได้เป็นอย่างดี (Thaweewongolarn, 2009) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวนั้นสืบเนื่องมาจากการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่สนับสนุนส่งเสริมให้ชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก จึงเป็นเมืองที่มีความล้ำค่าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีอาหารอร่อย แหล่งช้อปปิ้งที่ทันสมัย การคมนาคมขนส่งที่สะดวก พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังมีการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม แหล่งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และสุขภาพไปสู่ระดับนานาชาติ (Ministry of Tourism and Sports, 2016)

เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีลักษณะความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้รับการบริการที่ดีที่สุด อีกทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะมาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว และให้เป็นไปตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ จึงทำให้ต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจจากความต้องการของ

นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาพื้นที่จังหวัดสงขลาให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว (Parasakul, 2016)

ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา มีประวัติความเป็นมาและมีอายุยืนยาวกว่า 200 ปี โดยดูได้จากความเก่าแก่ของตึก อาคาร และบ้านเรือน ย่านเมืองเก่าแห่งนี้ มีถนนที่สำคัญด้วยกัน 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ถนนนครนอกจะเป็นถนนที่ติดกับฝั่งทะเลสาป ว่ากันว่าในอดีตบริเวณนี้เป็นท่าเทียบเรือเพื่อการค้าขายและขนส่งสินค้าจากต่างประเทศ ดูได้จากการมีโรงสีข้าวขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันที่แห่งนี้ได้ชื่อว่า หับ โห่ หิ้น หรือที่ชาวสงขลาเรียกกันว่า โรงสีแดง โรงสีข้าวแห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณริมทะเลสาปสงขลา มีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับพื้นที่เพาะปลูกข้าว แต่ในปัจจุบันได้ยกเลิกกิจการไปเนิ่นนานแล้ว เพราะเกิดจากสภาพแวดล้อม สังคม เทคโนโลยี ที่มีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว สถานที่แห่งนี้ได้กลายมาเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้คนที่มาเยี่ยมชมที่นี่ เพื่อจะได้รู้ถึงประวัติ ความเป็นมา และวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต จนถึงปัจจุบัน ถนนนครใน เป็นถนนที่อยู่ตรงกลางระหว่าง ถนนนครนอกและถนนนางงาม ถนนนครนอกนี้มีสถานที่สำคัญ คือ บ้านนครใน จะเป็นพิพิธภัณฑ์แห่งการอนุรักษ์ เสริมสร้างคุณค่า บ้านนครในเป็นบ้านไม้จันทน์แบบโบราณ และบ้านตึกสีขาว ภายในจะเป็นการจัดแสดงของเก่า การอนุรักษ์ของเก่า ให้ได้ชมกัน ถนนนางงาม เดิมชื่อ ถนนเก่าห้อง หรือเรียกว่า ย่านเก่าห้อง ถนนเส้นนี้เกิดจากการตัดถนน เพื่อเป็นเส้นทางในการประกอบพิธีสมโภชเสาหลักเมือง ถนนนางงามนี้มีสถานที่สำคัญ คือ ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา ศาลเจ้าพ่อกวนอู ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ คูบ้าน คูเมือง ของชาวสงขลา และเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยสายเชื้อจีน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเห็นว่า มีนักท่องเที่ยวที่สนใจและเดินทางมาเที่ยวที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลาเพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลในปรับปรุงและพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์การการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าโดยแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

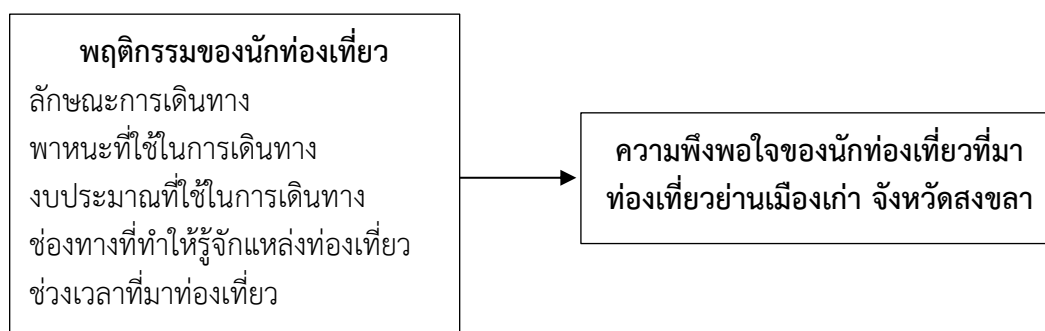
มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้อย่างมากมายในลักษณะความหมายที่คล้ายคลึงกัน เช่น Proyrungroj (2015) กล่าวว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นก่อนเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวแสดงลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาสอดคล้องกับ Jittangwattana (2016) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาของนักท่องเที่ยว ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อม ความรู้สึก ความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ที่แสดงออกถึงการกระทำต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวเพื่อมุ่งหวังให้ตอบสนองความต้องการของตนเอง ภายใต้สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งแสดงออก องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การเดินทางและลักษณะการเดินทาง เช่น การพักค้างคืน การเดินทางแบบ One Day Trip วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง เช่น พักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยว ประชุมสัมมนา กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง เช่น กิจกรรมเชิงนิเวศ การซื้อสินค้าท้องถิ่น ลักษณะการจัดการเดินทาง เช่น เดินทางเอง จ้างบริษัทนำเที่ยวพาหนะในการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถไฟ เครื่องบินค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ขึ้นอยู่กับระยะทาง จำนวนคืนพัก และค่าครองชีพในแต่ละพื้นที่ การวางแผนและจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทาง การรับรู้โฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวจะมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน ทำให้ประสบการณ์จากการเดินทางในแต่ละครั้งแตกต่างกันออกไปและเกิดความรู้สึกประทับใจจากการใช้บริการมากน้อยต่างกัน เช่น ความรู้สึกพึงพอใจทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการต่อไปหากไม่พึงพอใจนักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะกระทำในทางตรงข้ามกับความพึงพอใจและไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ดังนั้นจึงต้องศึกษาถึงความพึงพอใจเพื่อได้ทราบถึงสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกับมาท่องเที่ยวซ้ำ Parasakul (2016) กล่าวว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากความรู้สึกเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังจากการไปยังแหล่งท่องเที่ยวหากนักท่องเที่ยวไปแล้วรู้สึกเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ แต่เมื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวแล้วเกิดประสบการณ์ที่ไม่ดี ไม่ได้เป็นไปตามความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจ Sinsiri (2011) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการโดยการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกเมื่อได้ใช้บริการผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งซึ่งความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม และสถานการณ์สอดคล้องกับทฤษฎีของมาสโลว์ที่อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของมนุษย์มาจากลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ขั้น เพื่อให้เป็นไปตามสิ่งที่มนุษย์ต้องการตามที่คาดหวังไว้ ดังนี้ (Kotler & Keller, 2016) มีด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานด้านปัจจัย 4 ของมนุษย์ เพื่อให้มีความเป็นอยู่ในการดำเนินชีวิต ได้แก่ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่มยารักษาโรค เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ด้านความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการเพื่อความอยู่รอดในชีวิตประจำวัน โดยปราศจากความกลัว ต้องการได้รับการปกป้องจากภัยอันตราย ด้านความต้องการด้านสังคม (Social

Needs) เป็นความต้องการความรัก ความพึงพอใจ และเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่นในสังคมหรือในหมู่คณะ ด้านความต้องการด้านการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการด้านชื่อเสียงเกียรติยศ ความนับถือจากบุคคลอื่น เพื่อเป็นหน้าเป็นตาหรือมีชื่อเสียงในสังคมและอีกด้านคือด้านความต้องการประสบความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์แต่ละคน หากใครบรรลุความต้องการขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นพิเศษ

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา ในช่วงเดือนมกราคม - พฤศจิกายน พ.ศ.2566 ซึ่งคำนวณจากจำนวนประชากรที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่เป็นนักท่องเที่ยว มีจำนวน 4,522,095 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2016)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา จำนวน 4,522,095 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2016) โดยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญในเรื่องที่จะศึกษา จำนวน 100 ชุด แต่เก็บเพิ่มเพื่อความคลาดเคลื่อนอีก 115 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและดัดแปลงมาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว ด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรม และด้านความพึงพอใจ ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเลือกตอบ (Check List) เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวการเลือกมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา เป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยด้านลักษณะการเดินทาง ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ด้านงบประมาณที่ใช้ในกาเดินทาง ด้านช่องทางที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวและด้านช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างคำถามอย่างชัดเจน แบ่งเป็น ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีลักษณะแบบประเมินค่า (Likert Scale) โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ

5	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับมาก
3	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับน้อย
1	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับน้อยมาก

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิที่สามารถจำแนกข้อมูลได้ดังนี้

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่ทำแบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว 115 คน การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลช่วงเดือน มกราคม-มีนาคม 2567

วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์อธิบายทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยการใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ภูมิสำเนา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

ตารางที่ 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ความถี่ (จำนวน)	ค่าร้อยละ
แหล่งข้อมูล	115	100.0
อินเทอร์เน็ต	78	67.8
โทรศัพท์	5	4.3
วารสาร	3	2.6
คำบอกเล่าจากบุคคลอื่น	29	25.2

ตารางที่ 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ความถี่ (จำนวน)	ค่าร้อยละ
จำนวนครั้งที่มา	115	100.0
มาครั้งแรก	48	41.1
มาเป็นครั้งที่ 2	35	30.4
มาเป็นครั้งที่ 3	13	11.3
มากกว่า 3 ครั้ง	19	16.5
วัตถุประสงค์	115	100.0
เพื่อมารับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อของย่านเมืองเก่า	37	32.2
เพื่อมาเดินชมสถาปัตยกรรมต่างๆ	20	17.4
เพื่อมากราบไหว้สักการะศาลหลักเมือง	17	14.8
เพื่อซื้อของที่ระลึก	2	1.7
เพื่อมาถ่ายรูปในย่านเมืองเก่า	39	33.9
พาหนะ	115	100.0
รถจักรยานยนต์	35	30.4
รถยนต์ส่วนตัว	46	40.0
รถโดยสารประจำทาง	10	8.7
รถรับจ้างแท็กซี่	17	14.8
รถเช่า/จ้างเหมา	7	6.1
ลักษณะการเดินทางกับใคร	115	100.0
มาคนเดียว	12	10.4
มากับครอบครัว	30	26.1
มากับเพื่อน	54	47.0
มากับโรงเรียนหรือสถานศึกษา	14	12.2
มากับคณะทัวร์	5	4.3
งบประมาณ	115	100.0
ต่ำกว่า 5,000	7	6.1
10,000-15,000	33	28.7
มากกว่า 15,000	5	4.3
วันสะดวกในการเดินทาง	115	100.0
จันทร์-ศุกร์	47	40.9
เสาร์-อาทิตย์	38	33.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	30	26.1
หลังจากนี้จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือไม่	115	100.0
มา	113	98.3
ไม่มา	2	1.7

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่รับรู้แหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อมาถ่ายรูป มีลักษณะรูปแบบการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการเดินทางมาครั้งนี้มากับเพื่อน งบประมาณในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 10,000-15,000 บาท การเดินทางในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ และจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.46	0.44	มากที่สุด
2.ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	4.40	0.44	มากที่สุด
3.ด้านการบริการ	4.41	0.55	มากที่สุด
4.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.32	0.60	มากที่สุด
5.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.42	0.54	มากที่สุด
โดยรวม	4.40	0.41	มากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 และมีค่า S.D. เท่ากับ 0.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านที่ 1 ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 และค่า S.D. เท่ากับ 0.44 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่ 5 คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 และค่า S.D. เท่ากับ 0.54 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่ 3 ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.41 และค่า S.D. เท่ากับ 0.55 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่ 2 คือ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 และค่า S.D. เท่ากับ 0.44 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้ายด้านที่ 4 คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และค่า S.D. เท่ากับ 0.60 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ดังปรากฏในตารางที่ 2

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่รับรู้แหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันต่างมีการใช้โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้ค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าในอดีต สอดคล้องกับ Kulapalanont et al. (2018) Nookate Khwantongyim and Kaewjarus (2024) นักท่องเที่ยว

ปัจจุบันจะรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปอันจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่นั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรกมีวัตถุประสงค์เพื่อมาถ่ายรูป เนื่องจาก สื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีความสำคัญต่อการสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวที่ได้พบเจอ ด้วยเหตุนี้คนในสังคมปัจจุบันต่างมีการถ่ายรูปความประทับใจเพื่อลงสื่อออนไลน์ให้ผู้ติดตามได้รับรู้ สอดคล้องกับ Somkeatkun Ruengdet and Boonkong (2019) กิจกรรมที่สำคัญของนักท่องเที่ยวคือการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยวเพื่อเก็บภาพประทับใจ ส่วนใหญ่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางจะใช้รถยนต์ส่วนตัว อาจกล่าวได้ว่า ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลาไม่มีรถประจำทางวิ่งผ่านโดยตรงทำให้การเดินทางด้วยรถส่วนตัวจะคล่องตัวและสะดวกกว่าช่องทางอื่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมามากับเพื่อน อาจกล่าวได้ว่า การเดินทางมากับเพื่อนจะช่วยให้เกิดความอุ่นใจในการเดินทาง อีกทั้งยังสามารถพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือสักระหว่างจับจ่ายใช้สอย และปลอดภัยจากมิจฉาชีพมากกว่ามาคนเดียว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้งบประมาณในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 10,000-15,000 บาท การเดินทางในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ และจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง อาจกล่าวได้ว่า ย่านเมืองเก่าสงขลา มีอาหารอร่อย และสถานที่ถ่ายภาพมีจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการใหม่ สอดคล้องกับ Tantasuntisakul and Wongkit (2021) กล่าวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการบริการจะมีการบอกต่อและกลับมาใช้บริการใหม่

2. ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามลำดับ อาจกล่าวได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรเน้นสิ่งดึงดูดใจ เช่น มุมถ่ายภาพ บรรยากาศ รสชาติอาหารอร่อย เป็นต้น อีกทั้ง หากมีการให้บริการที่ดีนักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจจะกลับมาใช้บริการใหม่ สอดคล้องกับ Petcharaporn (2015) นักท่องเที่ยวมีการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวและมีการคาดหวังก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อมีการสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวแล้วเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าจะเกิดความพึงพอใจและประทับใจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอันจะช่วยสร้างรายได้ที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยอาจจะเน้นการพัฒนาและส่งเสริมในด้านอาหารพื้นถิ่นและด้านสินค้าพื้นเมือง
2. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นของจังหวัดสงขลา เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่มีโบราณสถานที่น่าสนใจอยู่หลายหลาย

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่านที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาก่อให้เกิดแนวคิดต่องานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย จนทำให้การวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ได้ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

References

- Jittangwattana, B. (2016). *Tourist Behavior*. Nonthaburi: Fern Printing and Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Analyzing Consumer Market (15 ed.)*. Harlow, Essex, England: Pearson Education.
- Kulapalanont, S., Madhyamaburach, W., Suwan, M., Khlai-um, S., & Srisompong, P. (2018). The Level of Effective Demand Factors for Housing Estate Project of The Long Stay Tourists in Chiangmai, Thailand. *Kasalongkham Research Journal*, 12(2), 95-105.
- Ministry of Tourism and Sports (2016). Domestic Tourism Statistics (Classify by Region and Province 2023). Retrieved from: <https://www.mots.go.th>
- Nookate, P., Khwantongyim, W., & Kaewjarus, A. (2024). The Influence of Trust on The Purchasing Decision Process Through TikTok Live Among Undergraduate Students in Mueang District, Songkhla Province. *Journal of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University*, 3(1), 12-24.
- Parasakul, L. (2016). *Tourist Behavior*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Petcharaporn, N. (2015). The Behavior and Satisfaction of Thai Tourists on Visiting Koh Kret (Kret Island), Nonthaburi Province. *Panyapiwat Journal*, 7(Special Issue), 63-72.
- Proyrungroj, R. (2015). *Tourist Behavior*. Bangkok: Odeonstore.
- Sinsiri, W. (2011). *Tourists' Satisfaction with Restaurants in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province*. Master of Business Administration Thesis, Srinakharinwirot University.
- Somkeatkun, W., Ruengdet, K., & Boonkong, B. (2019). The Creating Approach of An Application for Creative Tourism Route in Chaiya District, Suratthani Province. *The Journal of Social Communication Innovation* 7(1), 144-155.
- Tantasuntisakul, W., & Wongkit, M. (2021). A Comparative Study of The Factors Affecting the Decision to Revisit and Recommend Halal Hotels Among Non-Muslim Thai and Foreign Tourists. *Christian University Journal*, 27(3), 55-69.
- Thaweewongolarn, P. (2009). Satisfaction of Thai Tourists in Traveling in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Master of Business Administration, Bangkok: Bangkok University.

ผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Impact of Digital Accounting on Cost Reduction of Small and
Medium Enterprises (SMEs) in Muang, Songkhla.

ปทุมพร หิรัญสาลี^{1*}, อัญชลี สุขชีวัน²

Patumporn Hiransalee^{1*}, Anchalee Sukkhwat

*Corresponding author, e-mail: patumporn.hi@skru.ac.th

Received 27/12/2024

Revised 28/12/2024

Accepted 30/12/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 454 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานผลการวิจัย พบว่า การบัญชีดิจิทัลมีผลกระทบทางบวกต่อการลดต้นทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญต่อการนำการบัญชีดิจิทัลมาใช้เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน อีกทั้งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป

คำสำคัญ: การบัญชีดิจิทัล การลดต้นทุน ผลการดำเนินงาน

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Lecturer, Department of Accounting, Faculty of Management Sciences, Rajabhat Songkhla University

²คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Maharakham Business School, Maharakham University

Abstract

The purpose of this research was to study the impact of digital accounting on cost reduction of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Muang, Songkhla. The research model was quantitative research. The sample group was 454 small and medium enterprises in Muang District, Songkhla. The instrument used for data collection was a questionnaire. Statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation. Correlation Analysis and Simple Regression Analysis were used for hypothesis testing. The research results show that digital accounting has a positive effect on cost reduction. with statistical significance at the 0.05 level. Therefore, organizations should focus on adopting digital accounting to reduce operating costs. It also increases the efficiency of working further.

Keywords: *Digital accounting, Cost Reduction, Performance*

บทนำ

สังคมโลกยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีการปรับเปลี่ยนต่อการเปลี่ยนแปลง โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งาน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ ลดต้นทุนในการปฏิบัติงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของงาน ซึ่งตรงกับยุทธศาสตร์ชาติไทย 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แสดงถึงวิสัยทัศน์อนาคตของประเทศไทย ทางด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและยั่งยืน (Pungboonpanich, & Nakym, 2022) จากนโยบายเศรษฐกิจและแผนกลยุทธ์ของรัฐบาลที่ได้นำแนวคิดไทยแลนด์ 4.0 มาจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายในองค์กร และเตรียมพร้อมที่จะขับเคลื่อนประเทศให้สามารถปรับเปลี่ยนจากอะนะล็อกไทยแลนด์ไปเป็นดิจิทัลไทยแลนด์ เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลก (Maesincee, 2017) ประเทศไทยจึงได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลตามยุทธศาสตร์ชาติของรัฐบาล การสร้างความรู้และการจัดการความรู้ทางด้านดิจิทัล เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของงานและการมุ่งเน้นการปฏิบัติงานในงานต่าง ๆ รวมถึงงานทางด้านการบัญชีทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงกำหนดนโยบายในการส่งเสริม ผลักดัน และยกระดับงานทางด้านบัญชีให้เป็นบัญชีดิจิทัล (Digital Accounting Firm) อย่างเป็นรูปธรรม เผยแพร่ไปทำบัญชี เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี เช่น เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytical Tools) มาใช้ในการทำบัญชี การประมวลผลทางบัญชี และการวิเคราะห์ข้อมูล (Wongkongkaew, Promraksa, Donkram, & Wongkongkaew, 2023) รวมทั้งระบบ e-Filing ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการนำส่งงบการเงินผ่านระบบรับงบการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (DBD e-Filing) ซึ่งใน

ปัจจุบันภาคธุรกิจกว่า 700,000 ราย นำส่งงบการเงินผ่านระบบ DBD e-Filing แล้วจำนวน 99% นอกจากนี้กรมพัฒนาธุรกิจการค้าสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเกิดการเรียนรู้ ยอมรับ และใช้เทคโนโลยี คู่ขนานกับการพัฒนาระบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้รองรับมาตรฐาน การรายงานทางการเงินที่ประกาศใช้ในประเทศไทย ในปี 2565 กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้เปิดให้บริการรับงบการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับสมาคมการค้าและหอการค้า เพื่ออำนวยความสะดวก ลดการเดินทาง และภาระค่าใช้จ่ายให้ครอบคลุมภาคธุรกิจอันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อภาคธุรกิจซึ่งการพัฒนาธุรกิจให้มีการเติบโตที่ทันสมัยในปัจจุบัน นักบัญชีต้องเปลี่ยนกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายในการปรับปรุง การพัฒนา และการตัดสินใจขององค์กร กลยุทธ์ดังกล่าวส่วนใหญ่จะเป็นการปรับปรุงให้เหมาะสมกับกิจกรรมของธุรกิจให้มีความยั่งยืนทางเทคโนโลยี หนึ่งในกลยุทธ์นั้นก็คือสารสนเทศทางบัญชีซึ่งในปัจจุบันกิจการขนาดใหญ่นำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการทำบัญชีเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายของกิจการอีกทั้งยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในการทำบัญชี นักบัญชีจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ และปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานในรูปแบบใหม่ด้วยการใช้สารสนเทศทางบัญชี (Accounting Information) ที่ได้มาจากการจัดเก็บ การรวบรวม และการบันทึกบัญชีที่ถือปฏิบัติทั่วไป แต่ความเป็นจริงแล้วสารสนเทศทางการบัญชีมี การปรับปรุงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้น นักบัญชีควรศึกษาหาความรู้ทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความสามารถรอบด้าน ทั้งการคิดวิเคราะห์ การพิจารณา การแยกแยะ และสามารถมองภาพรวมของข้อมูลทางการบัญชีได้ อีกทั้งนักบัญชีควรรู้เท่าทันสถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัล และปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงมีกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจเพื่อพัฒนาความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ ไม่ใช่แค่แก่นักบัญชีที่ต้องปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานแต่จะรวมถึงการเตรียมความพร้อมในด้านการเรียนการสอนของคณาจารย์หลักสูตรการบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ดังนั้น การพัฒนาหลักสูตรการบัญชีเพื่อปรับความรู้ ทักษะ และคุณสมบัติของนักศึกษาหลักสูตรการบัญชีทางด้านเทคโนโลยีที่รองรับกับยุคดิจิทัลจึงเป็นเหตุผลสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการบัญชีดิจิทัล (Digital Accounting) ในอนาคตนักบัญชีจะเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ต่าง ๆ ทั้งทางด้านการบัญชี ด้านระบบสารสนเทศทางการเงิน และด้านเทคโนโลยี นักบัญชีจะเป็นผู้รวบรวมองค์ความรู้จากศาสตร์ต่างๆ มาประยุกต์ ใช้ร่วมกัน ส่งผลต่อการลดต้นทุนในการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน การจัดทำบัญชีจึงได้นำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการบันทึกบัญชี เนื่องจากเทคโนโลยีจะช่วยสนับสนุนการจัดทำบัญชีของธุรกิจให้มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น ซึ่งการบัญชีดิจิทัลทำให้เกิดความได้เปรียบในการปฏิบัติงานทางด้านความรวดเร็วในการจัดทำ การจัดเก็บ และการเรียกใช้ข้อมูลทางการบัญชี นอกจากนี้การบัญชีดิจิทัลจะช่วยให้การลดต้นทุนของการใช้กระดาษ ต้นทุนเรื่องของเวลาที่ลดลง อีกทั้งการบัญชีดิจิทัลยังส่งผลทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความพึงพอใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดความรวดเร็วในการทำงาน ทำให้นักบัญชีสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างการบัญชีดิจิทัลและการลดต้นทุน เพื่อให้นักวิจัย

ครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาแก่นักบัญชี องค์กรธุรกิจที่สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน และพัฒนาความสามารถทางด้านเทคโนโลยีระบบสารสนเทศทางการบัญชี ให้ทันต่อความก้าวหน้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลและเป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐานการบัญชีของกรมพัฒนาธุรกิจ อีกทั้งส่งผลให้ องค์กรธุรกิจมีนักบัญชีที่มีคุณภาพในการทำงานในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบการบัญชีดิจิทัลที่มีต่อการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

การบัญชีดิจิทัล

การจัดทำบัญชีในอดีตจำเป็นต้องใช้เวลาในการบันทึกบัญชีก่อให้เกิดความล่าช้าและเกิดข้อผิดพลาด ในการจัดทำงบการเงิน เทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญต่อการจัดทำบัญชีก่อให้เกิดความรวดเร็ว น่าเชื่อถือ ลดข้อผิดพลาด และสร้างความแม่นยำในการจัดทำรายงานทางการเงิน การบัญชีดิจิทัลมีช่วย ให้เกิดการจัดสรรทรัพยากร และการตัดสินใจทางธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การบัญชีดิจิทัลยังช่วย ลดการใช้ทรัพยากร ลดของเสีย และก๊าซเรือนกระจก เช่น การลดการใช้กระดาษและพลังงานในกระบวนการ จัดทำบัญชี (Samantong, 2024) นอกจากนี้ ช่วยลดพื้นที่การทำงานส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Pungboonpanich, & Nakym, 2022) นอกจากนี้ Intuit (2019) กล่าวว่า การนำซอฟต์แวร์บัญชีมา ปรับปรุงเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจะช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายในอนาคต

การลดต้นทุน

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง ผู้ประกอบการธุรกิจต่างพยายามปรับปรุงพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน (Jaiyen, 2020) ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีต้นทุนต่ำสามารถตั้งราคาขายได้ถูกกว่าคู่แข่ง อีกทั้ง การจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs นำมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรให้กับ บริษัท (Taengphukieo, Issarapong, Khamla, & To-on, 2020) การบูรณาการความรู้ด้านเทคโนโลยี สมัยใหม่เป็นสิ่งจำเป็นของผู้ประกอบการในการลดต้นทุนอันนำไปสู่ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ (Channiyamathorn, & Konisranukul, 2017)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ขึ้นมาใหม่ ในจังหวัดสงขลา จำนวน 845 บริษัท (www.dbd.co.th) สืบค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2563 ผู้วิจัย

ได้ส่งแบบสอบถามส่งทางไปรษณีย์ จำนวน 845 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเป็นแบบสอบถามที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์ ทั้งสิ้น 454 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 53.73 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้กล่าวว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับมาน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามความมุ่งหมายของการวิจัยและกรอบแนวคิดในการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีดิจิทัล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุนเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมายและสมมติฐานในการวิจัย ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกิจการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเหมาะสมของการใช้ภาษาในแบบสอบถาม นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามพร้อมกับตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มประชากรทั้งหมด เมื่อครบตามระยะเวลา 60 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับจำนวน 454 คน โดยเป็นแบบสอบถามที่มีเนื้อความครบสมบูรณ์ทั้งหมด 454 คน แล้วคิดเป็นร้อยละ 50.84 ของแบบสอบถามที่ส่งไป ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน และนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.สถิติทดสอบวัตถุประสงค์ ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 82.90 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 17.10 อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีช่วงอายุระหว่าง 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.41 รองลงมา ช่วงอายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.11 ช่วงอายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.10 ช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปีคิดเป็นร้อยละร้อยละ 17.40 และช่วงอายุน้อยกว่า30 ปี คิดเป็นร้อยละร้อยละ 3.08 ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 54.85 รองลงมาวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 35.02 และวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.13 ตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงาน คือ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีคิดเป็นร้อยละ 56.61 รองลงมาตำแหน่งงานคือ สมุห์บัญชี คิดเป็นร้อยละ 21.59 ตำแหน่งงานผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี คิดเป็นร้อยละ 13.44 และตำแหน่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.37 ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.09 ประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.23 และประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.93 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.83 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50,000 -75,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.23 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.78 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 75,001 - 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.16

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีดิจิทัล ด้านการบัญชีดิจิทัล อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ท่านคิดว่าบัญชีดิจิทัลช่วยให้การจัดเก็บ การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำขึ้น ($\bar{x}$ = 4.30) ท่านเชื่อมั่นว่าการนำบัญชีดิจิทัลมาใช้งานจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการทำงาน และลดเวลาการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x}$ = 4.30) และท่านคิดว่าการใช้งานด้วยบัญชีดิจิทัลจะช่วยแก้ปัญหาการทำงานที่ซับซ้อน ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ($\bar{x}$ = 4.17) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ท่านเห็นว่าการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการทำงาน จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.27) ท่านเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีด้านบัญชีในการวิเคราะห์ความสามารถในการใช้ทรัพยากร (ROA) จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างคุ้มค่า ($\bar{x}$ = 4.27) และท่านคิดว่าบัญชีดิจิทัลจะช่วยศักยภาพในการใช้ทรัพยากร (คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ และเวลา) ในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ($\bar{x}$ = 4.20)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ของผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.560 ค่า R^2 คือ 0.313

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 อย่างไรก็ตาม ตัวแปรที่มีค่าต่ำกว่า 0.80 สอดคล้องกับ Hair et al. (2014) กล่าวว่าตัวแปรทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ทดสอบ สมมุติฐานการวิจัยของผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ผลการวิจัย พบว่า การบัญชีดิจิทัลมีผลกระทบทางบวกต่อการลดต้นทุน ($\beta=0.532$)

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบัญชีดิจิทัลต่อการลดต้นทุน สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 82.90 มีช่วงอายุ ระหว่าง 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.41 วุฒิมัธยมศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 54.85 ตำแหน่งงาน คือ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีคิดเป็นร้อยละ 56.61 ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็น ร้อยละ 40.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.83 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีดิจิทัล อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยคำถามว่า “ท่านคิดว่าบัญชีดิจิทัลช่วยให้การจัดเก็บ การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้อง แม่นยำขึ้น” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยคำถามที่ว่า “ท่านเห็นว่าการใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการทำงาน จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

การบัญชีดิจิทัลมีผลกระทบทางบวกต่อการลดต้นทุน แสดงให้เห็นว่าการนำบัญชีดิจิทัลมาใช้ในการ ปฏิบัติงานจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการทำงาน อีกทั้งยังลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มความแม่นยำ ในการปฏิบัติงานซึ่งส่งผลต่อการลดต้นทุน และยังสามารถเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ Boonchaey (2020) ได้กล่าวไว้ว่า การนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับงานบัญชีจะช่วยลดข้อผิดพลาด ลดต้นทุน ลดเวลา ลดการทุจริต และเพิ่มความปลอดภัยขั้นสูงสุด นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบัญชีในยุค ดิจิทัลช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายจากการลงทุนซื้อซอฟต์แวร์ หรือซื้อ Server ในการจัดเก็บ ช่วยประหยัด ทรัพยากรในการจัดเก็บเอกสาร ช่วยเพิ่มระบบความปลอดภัยให้กับข้อมูลและเอกสารทางการบัญชี และ ปัจจัยด้านทุนมนุษย์และทุนต่าง ๆ ขององค์กร สามารถจัดสรรเรื่องการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ ได้อย่างทันท่วงที (Mäkinen, 2010)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานหรือองค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาระบบการและ ให้ความสำคัญกับการบัญชีดิจิทัลให้เหมาะสมกับธุรกิจ และก้าวทันสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้เกิดความสำเร็จ ในการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. สามารถนำผลการวิจัยนี้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้ได้บัณฑิตที่พึงประสงค์ ภายใต้อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น และการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างและตรงตามความต้องการของผู้ทำวิจัย

2. ควรศึกษาผลกระทบของการบัญชีดิจิทัล ในหลาย ๆ ตัวแปร เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการ ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ความสามารถในการแข่งขัน เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่าการดำเนินงานจะบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดและการใช้ประโยชน์จากบัญชีดิจิทัลไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจ เพื่อให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

References

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Boonchaay, N. (2020). The Age of Disruptive Technology and The Development of Innovative Accountants. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 3(1), 15-26.
- Channiyamathorn, P., & Konisranukul, W. (2017). Farmers Learning on The Increasing Efficiency and Reducing Cost of Rice Production Through Electronic Learning: The Case of Farmers In Suphanburi Province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 7(3), 85-97.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education.
- Intuit. (2019). Report-Future of The Accounting Profession. [Online]. Available: <https://www.thaiaccounting.com/single-post/2017/01/23/Intuit-2020-Report--Futureof-the-Accounting-Profession>
- Jaiyen, P. (2020). Cost Reduction of Race According to Buddhist Culture in Ratchaburi Province. *Journal of Educational Innovation and Research*, 4(1), 75-84.
- Maesincee, S. (2559). Thailand Concept 4.0 . Retrieved on 25 August 20 20 17 form https://planning2.mju.ac.th/goverment/20111119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf
- Mäkinen, H. (2010). The Factors Impacting the Diffusion of Innovation in Digitalizing Accounting. Unpublished Accounting Master's Thesis. Aalto University.

- Pungboonpanich, P., Nakyam, N. (2022). The Effect of Digital Accounting on The Quality of Financial Reports. *Suranaree J. Soc. Sci.*, 16(1), 26-43.
- Samantong, S. (2024). Digital Accounting and Enhancing Sustainability in Organizations. *Rom Yoong Thong Journal*, 2(2), 75-88.
- Taengphukieo, R., Issarapong, N. Khamla, P., & To-on, P. (2020). A Guideline of to Reduce Transportation Cost: A Case Study of A Transport Co., Ltd. *Frontiers in Engineering Innovation Research*, 18(2), 69-76.
- Wongkongkaew, P., Promraksa, E., Donkram, W., & Wongkongkaew, B. (2023). Innovative Accountants in The Future. *Rom Yoong Thong Journal*, 1(1), 102-114.

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เป็นวารสารทางวิชาการ มีขอบเขตของสาขาบทความที่เปิดรับ คือ สาขาเศรษฐศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี สาขาการท่องเที่ยวและโรงแรม สาขานิติศาสตร์ สาขาการบริหารท้องถิ่น และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บทความที่ตีพิมพ์ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชานั้น ๆ อย่างน้อยจำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน โดยเป็นการประเมินแบบ Double-blinded Peer Review ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงความถูกต้องเหมาะสมและประโยชน์แก่อาจารย์ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป กำหนดเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ข้อแนะนำทั่วไป

1. ผลงานที่ส่งตีพิมพ์จะต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
2. ต้นฉบับที่ส่งตีพิมพ์ต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น
3. ต้นฉบับต้องผ่านการการกลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ
4. ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประเภทของผลงานที่จะได้รับการตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article)
2. บทความวิชาการ (Academic Article)

รูปแบบการเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ใส่กระดาษขนาด A4 ด้วย TH SarabunPSK ขนาดตัวอักษร 16 ความยาวของเนื้อหาไม่ควรเกิน 20 หน้า
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ

ระยะขอบส่วนบน (Top Margin)	ขนาด 2.00 เซนติเมตร
ระยะขอบซ้าย (Left Margin)	ขนาด 3.00 เซนติเมตร
ระยะขอบขวา (Right Margin)	ขนาด 2.50 เซนติเมตร
ระยะขอบล่าง (Bottom Margin)	ขนาด 2.50 เซนติเมตร

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งทางระบบวารสารออนไลน์ Thai Journal Online (ThaiJo) ท่านสามารถเข้าไปได้ที่
<https://www.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru>

4. การยกเลิกบทความ หรือถอนบทความ มีรายละเอียดดังนี้

การยกเลิกบทความ คือ การเพิกถอนบทความก่อนที่จะมีการตีพิมพ์เผยแพร่

การถอนบทความ คือ การถอนบทความที่ได้ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่เรียบร้อยแล้ว

ในกรณี การยกเลิกบทความ หรือถอนบทความ สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ใน

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru> และ**หากมีการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิ**

พิจารณาบทความแล้ว เจ้าของบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

รายละเอียดการเตรียมต้นฉบับ

บทความวิจัยให้เรียงลำดับตามองค์ประกอบดังนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
 - ชื่อภาษาไทยใช้ตัวอักษรขนาด 24 ตัวหนา
 - ชื่อภาษาอังกฤษ อักษรตัวแรกของทุกคำให้พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และใช้ตัวอักษรขนาด 18 ตัวหนา
2. **ชื่อผู้เขียน** ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ครบทุกคน และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ และจัดชิดขวาหน้ากระดาษ โดยให้กำกับหมายเลขยกกำลังไว้ต่อท้ายด้วย สำหรับชื่อตำแหน่งหรือตำแหน่งวิชาการและหน่วยงานให้พิมพ์ไว้ในส่วนของเชิงอรรถ (หน้าที่ 1) ใช้ตัวอักษรขนาด 12 ตัวปกติ โดยพิมพ์ชื่อหน่วยงานต้นสังกัดระดับภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย หรือจากหน่วยงานย่อยถึงระดับสูงให้ตรงกับตัวเลขยกกำลังที่กำกับไว้ในหน้าเดียวกัน และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. **บทคัดย่อ** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยความยาวไม่เกิน 250 คำ และอยู่ในบทความหน้าที่ 1 เท่านั้น และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ
4. **คำสำคัญ** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้เลือกคำสำคัญที่เกี่ยวกับบทความไม่เกิน 5 คำ โดยพิมพ์ต่อจากส่วนเนื้อหาของบทคัดย่อ และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ และให้จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ
5. **เนื้อเรื่อง** ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์
 - หัวข้อใหญ่ ใช้อักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์
 - หัวข้อย่อย ใช้อักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์
 - เนื้อหา ใช้อักษรขนาด 16 ตัวปกติ บรรทัดแรกของทุกย่อหน้าเยื้อง 0.5 นิ้วของ บรรทัดถัดไป ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้
 - 1) บทนำ บอกความสำคัญหรือที่มาของปัญหาของสิ่งที่ทำการศึกษา ค้นคว้า วิจัย หรือสร้างสรรค์ผลงาน และอาจรวมถึงการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2) วัตถุประสงค์ บอกถึงเป้าหมายของสิ่งที่ศึกษา โดยบทนำและวัตถุประสงค์อาจเขียนรวมกันได้
 - 3) ทบทวนวรรณกรรม บอกถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาของที่ต้องการศึกษา
 - 4) ระเบียบวิธีการศึกษา บอกรายละเอียดในวิธีการศึกษา การดำเนินการให้ได้มาถึงสิ่งที่ค้นคว้า สร้างสรรค์ เป็นต้น
 - 5) ผลการศึกษา บอกถึงผลลัพธ์จากการศึกษา ค้นคว้าวิจัย หรือผลงานสร้างสรรค์
 - 6) สรุปและอภิปรายผล ให้แสดงถึงการสรุปผลที่ได้จากการศึกษาและการให้เหตุผลว่าผลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าวิจัย หรือสร้างสรรค์ ได้มาอย่างไร และเหตุใดจึงได้ผลดังกล่าว และอาจให้แนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 7) เอกสารอ้างอิง ใช้การอ้างอิงแบบ APA 6th Edition และต้องใช้ภาษาอังกฤษเท่านั้น
โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การเขียนเอกสารอ้างอิง

1. การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ โดยใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ นวรัตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ และเจษฎา นกน้อย. จากปี พ.ศ. 2562

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Chouyboonchoo, Sirichote and Noknoi (2019)

อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Chouyboonchoo, Sirichote & Noknoi, 2019)

กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ ThuyUyen H. Nguyen และ Teresa S. Waringin จากปี ค.ศ. 2013

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Nguyen and Waring (2013)

อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Nguyen & Waring, 2013)

2. การอ้างอิงในเอกสารอ้างอิง

ระบบอ้างอิงให้ใช้แบบ APA 6th Edition โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) และหากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทยจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

For example:

นวรัตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ และเจษฎา นกน้อย. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 11(1), 31-52.

Translated into:

Chouyboonchoo, N. Sirichote, O & Noknoi C. (2019). Effects of technology acceptance and service quality on customer loyalty for electronic banking. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*. 11(1), 31-52.

For books:

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing management* (3rd ed.). Harlow: Pearson.

For articles in journals:

Nguyen, T. H., & Waring, T. S. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: An empirical study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 824-848.

For chapters in books/collected volumes:

Douglas, S. P., Morrin, M. A. & Craig, C. S. (1994). Cross-national consumer research traditions. In Laurent, G., Lilien, G.L. & Pras, B. (Eds.), *Research traditions in marketing*. pp. 289-306. Boston, MA : Kluwer Academic Publishers.

For conference papers:

Taghian, M., & Shaw, R. N. (2000). *Industrial mail survey response: An experimental approach*. In O' Cass, A. (Ed.). Paper presented at the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, Gold Coast: School of Management and Marketing, Griffith University,

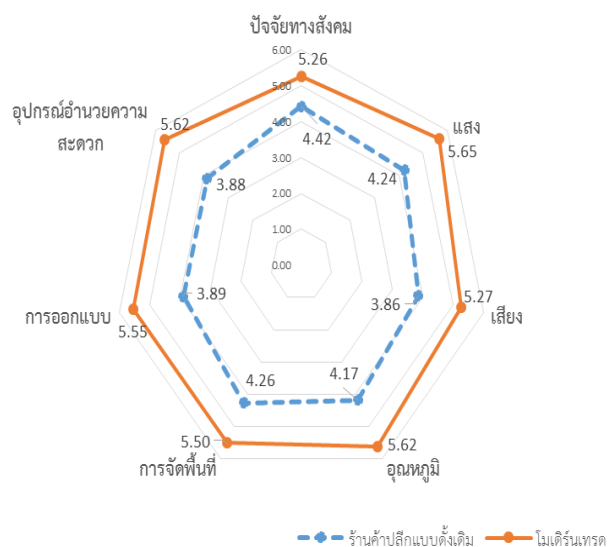
For unpublished works:

Bloggs, F. (2002). *Evaluating marketing websites : Relating design elements to earnings*. Unpublished doctoral dissertation. Melbourne : Deakin University.

การใส่รูปภาพในเนื้อหา

ให้จัดกึ่งกลางของคอลัมน์ ชื่อรูปภาพให้พิมพ์ไว้ใต้รูปภาพ ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 1 ช่องว่างของสภาพแวดล้อมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับโมเดิร์นเทรด

การใส่ตารางในเนื้อหา

ให้จัดชิดซ้ายของคอลัมน์ ชื่อตารางพิมพ์ไว้ด้านบนของตาราง และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการ

แรงจูงใจ	ความสำเร็จในการประกอบการ			
	ด้านสภาพ ความเป็นไป ทางการเงิน	ด้านการ ตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้า	ด้านการ ส่งเสริม นวัตกรรม และความคิด สร้างสรรค์	ด้านการได้รับ ความเชื่อมั่น ผูกพันจาก พนักงาน
	r	r	r	r
องค์ประกอบสุขวิทยา				
ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา	0.399**	0.436**	0.310**	0.469**
ค่าตอบแทน	0.527**	0.517**	0.385**	0.512**
ความมั่นคงของงาน	0.460**	0.541**	0.420**	0.445**
ชีวิตส่วนบุคคล	0.226**	0.374**	0.371**	0.344**
สภาพการทำงาน	0.403**	0.419**	0.342**	0.478**
ตำแหน่ง	0.301**	0.413**	0.299**	0.358**
รวม	0.523**	0.613**	0.476**	0.585**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ต้นฉบับบทความที่เผยแพร่ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 ได้รับการตรวจแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. ผศ.จาริณี เขียรเจริญ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| 2. ผศ.ดร.กุลดารา เพียรเจริญ | คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 3. ผศ.ดร.กุสุมา สร้อยทอง | วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม |
| 4. ดร.หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| 5. ดร.วิชชุดา ชีระกุล | คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสุรินทร์ |
| 6. ผศ.ดร.ปาลวี พุฒิกุลสาคร | คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ |
| 7. ดร.สรณีย์ จันทน์ฉาย | สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ร้อยเอ็ด |