



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสนับสนุนการสร้างธุรกิจไมซ์ เมืองรอง หลักฐานจากมุมมองผู้มีส่วนได้เสียจังหวัดนครนายก

ดลยา จาตุรงค์กุล

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail dewdino@gmail.com

Received 19 Jun 2021

Revised 11 Jul 2021

Accepted 30 Aug 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยศึกษาถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการที่จะสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่เมืองรองจังหวัดนครนายก และศึกษาถึงอิทธิพลของระดับการรับรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเครือข่ายชุมชน ความผูกพันต่อพื้นที่สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ที่ส่งผ่านการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน และแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการไปสู่ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่จังหวัดนครนายก วิธีการวิจัยแบบผสมผสานมีวิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อยืนยันตัวแบบสมการโครงสร้างขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสร้างข้อสรุป ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลรวม ปัจจัย สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์เท่ากับ 0.362. ส่วนปัจจัยคั่นกลาง คือ ปัจจัยแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงลบต่อปัจจัยความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่ ในขณะที่ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวก ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีทัศนคติเชิงบวกต่อจังหวัดนครนายกกว่านครนายกยังคงเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเนื่องด้วยความสมบูรณ์ของทรัพยากร ผู้มีส่วนได้เสียมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแนวใหม่โดยเฉพาะในรูปแบบที่รองรับต่างชาติ ยังคงต้องอาศัยการพัฒนาต่อไปในระยะยาว จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอข้างต้นเป็นที่ประจักษ์ว่าอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่เมืองรองนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ด้วยการสนับสนุนจากปัจจัยทั้งในส่วนโครงสร้างทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามส่วนของแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการความผูกพันต่อพื้นที่นั้นเป็นปัจจัยที่ต้องขับเคลื่อนโดยอาศัยอิทธิพลร่วมจากปัจจัยอื่นร่วม

คำสำคัญ การท่องเที่ยวไมซ์, ธุรกิจไมซ์เมืองรอง, ปัจจัยความสำเร็จธุรกิจไมซ์, จังหวัดนครนายก

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

Tourism Management to Support MICE in Local Destination: The Evidence from Nakhon Nayok's Stakeholder Perspective

Dolaya Chaturongakul

Lecturer at Department of Marketing, Faculty of Business Administration

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail dewdino@gmail.com

Abstract

The objectives were to examine factors contributing to the success of MICE Industry at Nakhon Nayok and study the influence of level of the perception on Network Community Destination Attachment Social Economic Culture transmitted through the awareness of Community Participation and Entrepreneur regulation lead to the potential of successful developing MICE industry in Nakhon Nayok Province.

This study employed mixed research quantitative and qualitative methodologies. In the quantitative research, the data were collected with the use of questionnaire and analyzed with structural equation model. In the qualitative research, the Mice's stakeholders were interviewed and analyzed by performing content analysis.

The results indicated that Social Economic Culture have total influence on the Potential Achievement of MICE at Nakhon Nayok at level 0.362. In the part of the interstitial factor Entrepreneur Regulation has a negative influence on the Potential Achievement of MICE at the area, while the Community Participation to have a positive influence. In terms of qualitative research, it was found that all stakeholders have a positive attitude towards Nakhon Nayok Province that Nakhon Nayok is still a province with high potential in tourism due to the integrity of its resources. Stakeholders are of the opinion that the development to support new tourism, especially in a format that supports foreigners. Still requires further development in the long term.

From the research presented above, the MICE industry in Nakhon Nayok area can be made possible by the support of factors including the physical structure of the tourist attraction. And participation of stakeholders is important. However, as part of the entrepreneurial practice, local engagement is driven by co-influence from other factors.

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

Keywords: MICE Tourism, Secondary City in MICE Business, Key Success factors in MICE Business, NakhonNayok

บทนำ

ธุรกิจไมซ์ (MICE) ถือเป็นหนทางหนึ่งทีพิจารณาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ทำให้ไทยไปสู่เป้าหมายไทยแลนด์ 4.0 ได้ ไมซ์ คือธุรกิจที่ประกอบไปด้วยการจัดประชุมสัมมนา การจัดนิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อรางวัลซึ่งจะนำเอาผู้คนจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามารวมกัน ประเทศไทยมีการพิจารณาเมืองแห่งธุรกิจไมซ์ไว้ในสี่พื้นที่หลัก ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น พัทยา และภูเก็ต

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEBT-Thailand Convention and Exhibition Bureau) พิจารณาว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นอย่างมาก TCEBT รายงานว่าอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่มีศักยภาพในการทำรายได้ ปี 2555 ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ 79,770 ล้านบาทและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา โดยตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมามีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์มีมูลค่า 88,485 80,800 106,780 117,700 114,641 และ 212,924 ล้านบาทในปี 2561 (Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization), 2018)

จากสถิติพิจารณาได้ว่ารายได้ธุรกิจไมซ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละประมาณร้อยละ 20 ทั้งนี้พื้นที่หลักที่จัดการจัดประชุมและนิทรรศการจะกำหนดเฉพาะในเมืองหลักเช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวจากกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว ด้วยเหตุผลของการเติบโตจากธุรกิจไมซ์ จึงมีการวิเคราะห์แนวโน้มและปัญหาในการจัดการทรัพยากรเพื่อรองรับ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้คาดการณ์ว่าธุรกิจไมซ์ซึ่งจัดในพื้นที่หลัก ๆ จะไม่สามารถรองรับได้พอเพียง จึงมีนโยบายที่จะขยายอุตสาหกรรมมาโดยสร้างธุรกิจไมซ์ในจังหวัดซึ่งถือว่าเป็นเมืองรองในภูมิภาคต่าง ๆ (Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization), 2018) ในบรรดาเมืองรองที่ใกล้กับกรุงเทพฯ เช่น จังหวัดชลบุรี จังหวัดนครนายก และจังหวัดฉะเชิงเทรา แต่ละจังหวัดก็มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป จังหวัดนครนายก ถือเป็นเมืองรองที่มีศักยภาพสูงปัจจุบันได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีความสมบูรณ์ทั้งทางทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักการคมนาคม อีกทั้งการเดินทางที่มีความสะดวกไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การพัฒนาสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่ดังกล่าวจึงถือเป็นความเหมาะสม ด้วยองค์ประกอบที่รอบด้านรวมทั้งการยังกษัตริย์ลักษณ์ของพื้นที่ทางการเกษตร ไม่เหมือนจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทราที่เน้นไปในการพัฒนาสูงเมืองอุตสาหกรรมในเขตระเบียงเศรษฐกิจที่เชื่อมต่อกับจังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาถึงความเป็นไปได้ในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของชุมชนในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการสร้างธุรกิจไมซ์ให้

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

ประสบความสำเร็จในจังหวัดนครนายก ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการที่จะสร้างธุรกิจไมซีในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของระดับการรับรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเครือข่ายชุมชน ความผูกพันต่อพื้นที่ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ที่ส่งผ่านการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน และแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ ไปสู่ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซีในพื้นที่นครนายก

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เครือข่ายชุมชน (Network Community) ส่งผลต่อแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Regulation)

สมมติฐานที่ 2 ความผูกพันต่อพื้นที่ (Destination Attachment) ส่งผลต่อแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Regulation) และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation)

สมมติฐานที่ 3 สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม (Social Economic Culture) ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation)

สมมติฐานที่ 4 แนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Regulation) และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ส่งผลต่อความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซีในพื้นที่นครนายก (Potential Achievement of MICE at Nakhon Nayok)

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

ศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) มีวิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณมีขั้นตอนการดำเนินงานเริ่มตั้งแต่การพัฒนามาตรวัด การแจกแบบสอบถาม การประมวลผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model-SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำผลที่ได้มาสรุป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

ประชากร ประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1) ประชาชนที่อาศัย หรือทำงานในจังหวัดนครนายก ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป กลุ่มที่ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจในจังหวัดนครนายก และ กลุ่มที่ 3) ตัวแทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ประชากรไม่ทราบขนาด

โดยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาตามหลักการกำหนดขนาดตัวอย่างของ (Westland, 2010) ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ (Lower Bound on sample size in Structural instruction Modelling) ดังนี้

$$n \geq 50r^2 - 450r + 1100$$

โดยในสูตร r = อัตราส่วนระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (Manifest Variable) หรือตัวชี้วัด (Indicator Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) ในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัด (Indicator Variable) = 18 ตัว ตัวแปรแฝง (Latent Variable) = 5 ดังนั้นค่า $r = 3.6$

จากการคำนวณ พบว่า ต้องมีจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 128 ตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 130 ชุด

แผนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีแผนการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้นภูมิอย่างง่าย (Stratified Simple Random Sampling) โดยการจัดสรรแบบเท่าเทียม เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรย่อย ดังปรากฏผลการจัดสรรขนาดตัวอย่างย่อยในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การจัดสรรขนาดตัวอย่างย่อย

ชั้นภูมิ	ขนาดตัวอย่างย่อย
ประชาชนที่อาศัย หรือทำงานในจังหวัดนครนายก	44
ผู้ประกอบการธุรกิจจังหวัดนครนายก	43
ตัวแทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	43

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายคำตอบโดยให้เลือกคำตอบเดียวตามความเป็นจริง ส่วนที่ 2 - 7 เป็นข้อมูลคำถามเกี่ยวกับเครือข่ายชุมชน (Network Community) ความผูกพันต่อพื้นที่ (Destination Attachment) สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม (Social Economic Culture) แนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Regulation) การมีส่วนร่วมของชุมชน

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



(Community Participation) และความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซีในพื้นที่นครนายก (Potential Achievement of MICE at Nakhon Nayok) ที่ลักษณะเป็นแบบมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ

ผู้วิจัยทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดการวิจัย การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาทำโดยหา IOC ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตลอดจนปรับปรุงข้อคำถาม จนสามารถใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลได้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยประชากรเป้าหมายในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1) ประชาชนที่อาศัย หรือทำงานในจังหวัดนครนายก ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้น กลุ่มที่ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่นครนายก และ กลุ่มที่ 3) ตัวแทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซี ทั้งนี้ประชากรไม่ทราบขนาด จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา จำแนกข้อมูลและสร้างข้อสรุป ประมวลผลจากบทสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานตั้งรายละเอียดที่นำเสนอต่อไปนี้

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบสถิติของแต่ละปัจจัย

ปัจจัย	Mean	SD	CV	ระดับ
เครือข่ายชุมชน	3.93	0.56	0.141	มาก
ความผูกพันต่อพื้นที่	4.37	0.69	0.158	มาก
สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม	3.72	0.70	0.189	มาก
แนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ	3.78	0.67	0.178	มาก
การมีส่วนร่วมของชุมชน	4.02	0.58	0.144	มาก
ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซีในพื้นที่นครนายก	4.16	0.91	0.218	มาก

จากตารางที่ 2 เห็นได้ว่าบุพปัจจัยเครือข่ายชุมชน มีค่าสัมประสิทธิ์ของความผันแปรต่ำที่สุด รองลงมา คือ ความผูกพันต่อพื้นที่ที่ค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.37 แต่ลักษณะการตอบกระจายมากกว่าปัจจัย เครือข่ายชุมชน ส่วน

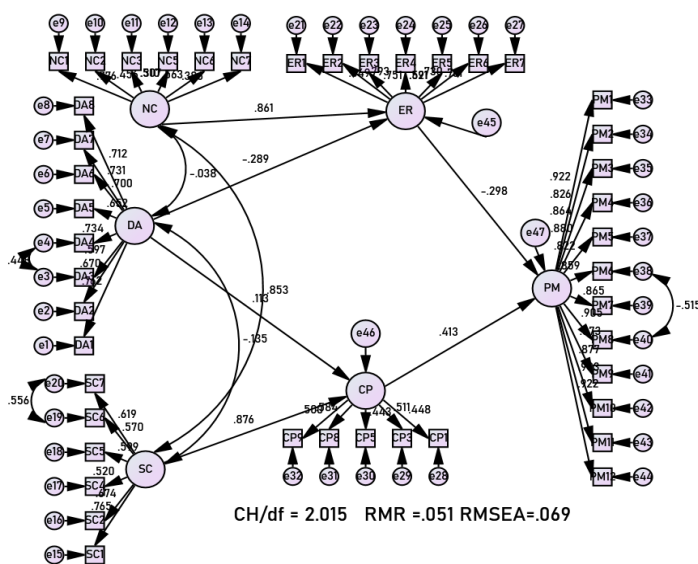


ปัจจัยคั่นกลางคือ ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มตัวอย่างมีการตอบค่อนข้างไปในทิศทางเดียวกันมากกว่า ปัจจัยแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการและยังมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าด้วย

2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของระดับการรับรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเครือข่ายชุมชน ความผูกพันต่อพื้นที่ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ที่ส่งผ่านการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน และแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ ไปสู่ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจใหม่ในพื้นที่นครนายก

การปรับรูปแบบเพื่อให้กลมกลืนตามดัชนีมาตรฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้เทคนิค CBSEM จากหลักของ Maximum Likelihood Estimator

ผลการทดสอบกรอบแนวคิดวิจัยด้วย Covariance Based SEM



ภาพที่ 2 เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 3 ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของแบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	ค่า	ค่ามาตรฐาน ที่อยู่ในระดับดี	การตัดสินใจ	อ้างอิง
Chi Square	1793.49	-		-
Degree of Freedom	890	-		-



ดัชนี	ค่า	ค่ามาตรฐาน ที่อยู่ในระดับดี	การตัดสิน	อ้างอิง
χ^2/df	2.215	≤ 3.00	Good fit	(Wheaton, Muthen, Alwin, & Summers, 1977)
RMSEA	0.069	< 0.08	Good fit	(MacCallum, Browne, & Sugawara, 1996)
NFI	0.749	> 0.90	Acceptable	(Hu & Bentler, 1999)
CFI	0.877	> 0.90	Mediocre fit	(Hu & Bentler, 1999)
GFI	0.827	> 0.90	Mediocre fit	(Sharma, Mukherjee, Kumar, & Dillon, 2005)
AGFI	0.808	> 0.90	Mediocre fit	(Sharma, Mukherjee, Kumar, & Dillon, 2005)
IFI	0.886	> 0.90	Mediocre fit	(Miles & Shevlin, 1998)
RMR	0.051	< 0.05	Good fit	(Byrne, 1998; Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

ผลการทดสอบในตัวอย่างโดยใช้ค่ามาตรฐานความกลมกลืน 8 ค่า ปรากฏว่า ผลผ่านเกณฑ์ ดี (Good fit) มี 3 ค่า ผลผ่านเกณฑ์ปานกลาง (Mediocre fit) มี 4 ค่า เกณฑ์รับได้ (Acceptable) มี 1 ค่า ส่วนที่ไม่นำมาพิจารณา คือค่า p ทั้งนี้เนื่องจากการใช้ค่า p-value > 0.05 เป็นการตรวจสอบความเหมาะสม มักใช้ไม่ใช้กัน ด้วยเหตุ ผลที่ค่าดังกล่าวที่ไม่เสถียรโดยขึ้นกับสาเหตุสองประการคือ 1) ความซับซ้อนของตัวแบบ (จำนวนตัวแปรเชิงประจักษ์ และตัวแปร Construct) และ 2) ขนาดตัวอย่างในกรณีที่ขนาดตัวอย่างมีมากกว่า ขนาดขั้นต่ำจำนวนมากเกินไป จากการคำนวณสูตรของ Westland ดังนั้นงานนี้จึงไม่ใช่ค่า p-value > 0.05 ในการตัดสิน (Schermele-Engel, 2003; Vandenberg, 2006) ด้วยเหตุผลที่กล่าวนี้ รวมทั้งเกณฑ์การใช้ดัชนีความเหมาะสมตัวอื่นถือว่าความเหมาะสมของตัวแบบเมื่อเทียบกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับเกณฑ์ระดับปานกลาง



ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์	t-test	p-value	สรุปผล
NC-> ER	0.652***	6.767	0.000	ส่งผลเชิงบวก
DA -> ER	-0.281***	-3.639	0.000	ส่งผลเชิงลบ
SC -> CP	0.419***	4.366	0.000	ส่งผลเชิงบวก
DA -> CP	0.076	1.158	0.247	ไม่ส่งผล
ER -> PM	-0.607*	-2.044	0.041	ส่งผลเชิงลบ
CP -> PM	1.211*	2.372	0.018	ส่งผลเชิงบวก

*p=.05, ** p=0.01, ***p=0.001

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มที่มีอิทธิพลเชิงบวก ประกอบด้วย NC-> ER, SC -> CP, CP -> PM และกลุ่มที่มีอิทธิพลเชิงลบ ประกอบด้วย DA -> ER, ER -> PM

ตารางที่ 5 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมและอิทธิพลรวม

ปัจจัย	R ²	NC	DA	SC	ER	CP
ER	0.844	0.861	-0.289	NA	NA	NA
DE		NA	NA	NA	NA	NA
		0.861	-0.289	NA	NA	NA
IE						
TE						
CP	0.753	NA	0.113	0.876	NA	NA
DE		NA	NA	NA	NA	NA
		NA	0.113	0.876	NA	NA
IE						
TE						
PM	0.302	NA	NA	NA	-0.298	0.413
DE		-0.257	0.133	0.362	NA	NA
		-0.257	0.133	0.362	-0.298	0.413



ปัจจัย	R ²	NC	DA	SC	ER	CP
--------	----------------	----	----	----	----	----

IE

TE

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าปัจจัย สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม(SC) มีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์(PM) ด้วยขนาด 0.362 รองลงไปคือ ปัจจัยความผูกพันต่อพื้นที่ (DA) ในขณะที่เครือข่ายชุมชน (NC) มีอิทธิพลรวมเชิงลบ ส่วนปัจจัยคั่นกลางคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (CP) มีอิทธิพลต่อ PM ด้วยน้ำหนัก 0.413 ส่วนแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ (ER) มีอิทธิพลต่อ PM ด้วยน้ำหนัก -0.298

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัย ER, CP และ PM มีค่า 0.844, 0.753 และ 0.302 ซึ่งจัดอยู่ในระดับต่ำ ปานกลาง และระดับมาก (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0 - 1 โดยมีเกณฑ์ประเมินดังนี้ 0 - 0.19 ต่ำมาก (very weak), 0.2 - 0.39 ต่ำ (weak), 0.40 - 0.59 ระดับปานกลาง (moderate), 0.6 - 0.79 ระดับมาก (strong) และ 0.8 - 1 ระดับมากที่สุด (very strong) (Stanton, 2001)
ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องจำแนกตามตัวแปรมีดังนี้

เครือข่ายชุมชน (Network Community) ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์พื้นที่นครนายก พบว่านครนายก มีความชัดเจนและมีเครือข่ายชุมชนที่มีประสิทธิภาพทั้งในส่วนประชาชนและระดับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่นข่าวสารท้องถิ่น มีระบบข่าวสารที่ชุมชนติดตามทางเฟสบุ๊ค รวมไปถึงการรวมกลุ่มไลน์เพื่อการติดตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ในส่วนของการท่องเที่ยวนครนายกในสาธารณะชนพบว่ามีการสื่อสารผ่านหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบได้แก่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา นครนายก เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรับนโยบายจากทางจังหวัดและประสานระดับผู้นำชุมชนและกระจายสู่ชุมชน เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์การท่องเที่ยวนครนายก

ความผูกพันต่อพื้นที่ (Destination Attachment) ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์พื้นที่นครนายก พบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีทัศนคติเชิงบวกต่อจังหวัดนครนายกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนาน โดยที่มีความโดดเด่นเชิงประจักษ์ในเรื่องความสมบูรณ์ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและทำเลที่ตั้ง โดยมีภาพลักษณ์ด้านการบริการท่องเที่ยวสำหรับคนทุกเพศทุกวัย ผู้มีส่วนได้เสียต่างเห็นทิศทางเดียวกันในเรื่องนครนายกยังคงเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเนื่องด้วยความสำเร็จของทรัพยากรมีส่วนได้เสียมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแนวใหม่โดยเฉพาะในรูปแบบที่รองรับต่างชาติ ยังคงต้องอาศัยการพัฒนาต่อไปในระยะยาว



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม (Social Economic Culture) ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์พื้นที่นครนายก พบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้การยอมรับว่านครนายกเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมเชิงประจักษ์ทั้งด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ซึ่งสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวของนครนายกคือทรัพยากรธรรมชาติ อย่างไรก็ตามผู้เกี่ยวข้องพิจารณาว่าการท่องเที่ยวช่วยทำให้ธุรกิจชุมชนมีรายได้ เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น ซึ่งในขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งผลกระทบหลายประการ เช่น การแปรเปลี่ยนของการดำรงชีวิตจากสังคมชนบทสู่สังคมเมือง ปัญหาการจราจรในพื้นที่และการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างถิ่นเข้ามาในพื้นที่

แนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Regulation) ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์พื้นที่นครนายก พบว่า ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญในการปรับบริการเพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบโดยแนวทางขยายตัวนั้นได้แก่การพัฒนาจากรากฐานชุมชนเกษตร ทั้งนี้การขับเคลื่อนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐทำโดยผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและหน่วยงานท้องถิ่นซึ่งปรากฏในรูปของความช่วยเหลือผ่านสถาบันการเงิน งบประมาณกระจายสู่พื้นที่ และการอบรมพัฒนาเพื่อสร้างให้เกิดการประสิทธิภาพด้านบริการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์พื้นที่นครนายก พบว่าผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายตระหนักถึงการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในเชิงบวกจึงมีความพร้อมที่จะเปิดรับการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รวมถึงชุมชนในพื้นที่ตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวหลากหลายมิตินอกจากการพัฒนาสินค้าแล้วการดำเนินการส่วนอื่นเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการท่องเที่ยวมีการดำเนินการหลายมิติ ได้แก่ การสร้างระบบข่าวสารออนไลน์ เพื่อเตือนภัยและประชาสัมพันธ์เหตุการณ์ในพื้นที่

ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่นครนายก (Potential Achievement of MICE at Nakhon Nayok) ผลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์พื้นที่นครนายก พบว่าจังหวัดนครนายกสามารถเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมีความโดดเด่นเรื่องทรัพยากรธรรมชาติทำเลที่ตั้ง วัฒนธรรมและมรดกทางประวัติศาสตร์ ในส่วนของสาธารณูปโภคพื้นฐานนครนายกมีความพร้อมที่จะรองรับการมาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากแต่ยังต้องมีการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในระดับสากล

อภิปรายผล

จากบทวิจัยในตัวเองเห็นได้ว่าเป็นความผูกพันต่อพื้นที่ที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ อันเนื่องจากการใช้พื้นที่ของจังหวัดนครนายกไปเพื่อบริการนักท่องเที่ยวนั้นย่อมสูญเสียสภาพเดิม

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

ธรรมชาติไปทำที่ พักและสถานที่ อำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นความขัดแย้งระหว่างการแลกมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิต กับมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ (Slaper & Hall, 2011) ในขณะที่ปัจจัยเครือข่ายชุมชน มีอิทธิพลเชิงบวก เน้นเรื่องการสื่อสาร และพิธีการสนับสนุนต่อแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพราะการที่ประกอบธุรกิจในระดับใหญ่เช่นนี้สิ่งที่สำคัญคือการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ธุรกิจไมซ์ยังเป็นทั้งการทำธุรกิจในขณะเดียวกันด้วย ซึ่งจำเป็นต้องมีการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา (Sumithra & Mishra, 2016; Davidson, Alford, & Seaton, 2002) ในส่วนของปัจจัยสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ การมีส่วนร่วมของชุมชน ก็เพราะพื้นฐานของประชาชนเป็นชุมชนที่ยังรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยวัฒนธรรมของไทยที่เป็นแบบส่วนรวม (collectivism) (Diedrich & Garcia-Buades, 2009; Buzinde, Kalavar, & Melubo, 2014) ดังนั้นสิ่งที่ยังคงคุณค่าในชุมชนจึงสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมทั้งในการท่องเที่ยวและสินค้าประจำท้องถิ่น ร่วมกับการสนับสนุนจากภาครัฐ (Moyo & Tichawa, 2017)

ในส่วนของปัจจัยคนกลางคือ แนวปฏิบัติของผู้ประกอบการ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่พบว่าแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงลบต่อ ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่นครนายก ทั้งนี้เพราะถึงแม้แนวปฏิบัติของผู้ประกอบการจะแสดงถึงความตั้งใจในการปรับธุรกิจของตนเองเพื่อสนับสนุนอย่างเต็มความสามารถ แต่ การจะทำให้ธุรกิจไมซ์สำเร็จได้อาศัยการจัดการเชิงระบบขนาดใหญ่ทั้งด้านภูมิสถาปัตย์ รวมทั้งด้านอื่นในระดับสากลที่ต่างชาตินยอมรับ นอกจากนี้ปัญหาในระดับการจัดการทรัพยากรที่จับต้องได้ ยังต้องมีบุคลากรระดับมืออาชีพสื่อสารภาษาต่างได้ในารรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ต้องอาศัยทั้งเงินทุนและความร่วมมือในระดับชาติ การใช้ธุรกิจเฉพาะในท้องถิ่นคงไม่เพียงพอ (Hankinson, 2005; Ratajczak-Mrozek, 2014)

ในส่วนของปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจไมซ์ในพื้นที่นครนายก ทั้งนี้เพราะในส่วนของการทำงานธุรกิจไมซ์ต้องอาศัยทั้งในส่วนของส่วนของการสัมมนา นิทรรศการ ที่พักและสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น และองค์ประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือการท่องเที่ยวซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถสนับสนุนได้อยู่แล้วจากรูปแบบของประเพณีวัฒนธรรมที่จะนำมาต่อยอดเข้ากับธุรกิจไมซ์ (Buzinde, Kalavar, & Melubo, 2014)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าจังหวัดนครนายกมีข้อได้เปรียบในการนำเข้าสู่ธุรกิจไมซ์ในส่วนของเครือข่ายชุมชน และการสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ในเชิงของการนำไปสร้างการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติแต่ในขณะเดียวกันก็ต้องบริหารด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุผลคือสถานที่ใดที่มีนักท่องเที่ยวมาก

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

ขั้นสิ่งที่สูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตดั้งเดิมจะหายไป นั่นหมายความว่าความการบริหารเรื่องธุรกิจ ไม่นั้นต้องจัดการเรื่องดุลยภาพระหว่างเศรษฐศาสตร์ สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เรียกว่าไตรสุทธิ (triple bottom line)

ข้อจำกัดการวิจัย

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กและไม่ได้จดทะเบียนทำธุรกิจ จึงส่งผล ข้อคิดเห็นในแบบสอบถามในสงนของการทำธุรกิจไม่ช้ นอกจากนี้การเก็บข้อมูลในช่วงที่ยังมีมาตรการเรื่องการ โคว วิด 19 ก็ยังเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้การจัดเก็บข้อมูลไม่สมบูรณ์เท่าที่ควรในการซักถามบางประเด็นที่ไม่เข้าใจ

References

- Buzinde, C. N., Kalavar, J. M., & Melubo, K. (2014). Tourism and community welling: The case of the Maasai in Tanzania. *Annals of Tourism Research*, 44, 20-33.
- Byrne, B. (1998). *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming*. Mahwah. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Davidson, R., Alford, P., & Seaton, T. (2002). The use of information and communications technology by the European meetings, incentives, conferences, and exhibitions (MICE) sectors. *In Journal of Convention & Exhibition Management*, 4, pp. 17-35.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL*. London: Sage Publications.
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perception of tourism as indicators of destination declines. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 41-63.
- Hankinson, G. (2005). Destination brand image: a business tourism perspective. *Journal of Service Marketing*, 19(1), 24-32.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis and Determination of Sample Size for Covariance Structure Modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
- Miles, J., & Shevlin, M. (1998). Effects of sample size, model specification and factor loadings on the GFI in confirmatory factor analysis. *Personality and Individual Differences*, 25, 85-90.

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

- Moyo, S. , & Tichawa, T. (2017) . Community involvement and participation in tourism development: a Zimbabwe study tourism review International 21. *African Journal of hospitality Tourism and Leisure*, 6(1).
- Ratajczak-Mrozek, M. I. (2014). Cooperation, Innovations and Knowledge in MICE Tourist Product Perception. *Journal of Convention Exhibition Management*, 5(2), 41-50.
- Schermerle-Engel, K. M. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness- of- fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sharma, S., Mukherjee, S., Kumar, A., & Dillon, W. R. (2005). A simulation study to investigate the use of cutoff values for assessing model fit in covariance structure models. *Journal of Business Research*, 58(1), 935-943.
- Slaper, T. F., & Hall, T. J. (2011). The triple bottom line: What is it and how does it work. *Indiana Business Review*, 86(1), 4-8.
- Stanton, J. M. (2001). Galton, Pearson, and the peas: A brief history of linear regression for statistics instructors. *Journal of Statistics Education*, 9(3).
- Sumithra, D. , & Mishra, J. M. (2016) . Efficacy of mice tourism industry and supply chain management as an integrated approach. *International Journal of Management Research and Reviews*, 6(7), 894-903.
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization). (2018). *MICE Business Overview: Meetings, Exhibitions Reward Travel*. Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) (In Thai).
- Vandenberg, R. J. (2006). Statistical and Methodological Myths and Urban Legends. *Organizational Research Methods*, 9(2), 194-201.
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(6), 476-487.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8(1), 84-136.

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 1 (January-June) 2022