

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบและแนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้สภาวะวิกฤต COVID-19

OPINIONS ABOUT IMPACT AND GUIDELINES FOR MANAGEMENT OF DOMESTIC TRAVEL AGENCY IN BANGKOK DURING COVID - 19 CRISIS

ดวงอมร กสิกรชำนาญกุล¹⁾, กัลยา สว่างคง²⁾

¹⁾ นักศึกษาลัทธิศาสตร์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

²⁾ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

Duangamorn Kasikornchamnankul¹⁾, Kanlaya Swangkong²⁾

¹⁾ Master of Arts (Tourism management) Dhurakij Pundit University,

²⁾ Lecturer in Master of Arts (Tourism management), Faculty of Tourism and Hospitality
Dhurakij Pundit University,

*Corresponding author e-mail: duangamorn.k.456@gmail.com

Receive : January 09, 2023

Revised: March 09, 2023

Accepted: March 29, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และ 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจของแต่ละบริษัทจำแนกตามข้อมูลทั่วไปภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$) โดยด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน ตามลำดับ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) โดยด้านการวางแผนธุรกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารจัดการของธุรกิจ และด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร ตามลำดับ และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการ

ธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนขนาดของธุรกิจและทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ผลกระทบ แนวทางการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ สภาวะวิกฤต COVID-19

ABSTRACT

The objectives of this research were to study (1) opinions about impact during COVID - 19 crisis toward domestic travel agency. (2) Opinions about guidelines for management of domestic travel agency during COVID - 19 crisis. And (3) compare opinions of domestic travel agency about guidelines for management classified by general information during COVID - 19 crisis. The sample group were 300 domestic travel agencies in Bangkok by simple random sampling. The research instrument was questionnaires. The statistics for analyze data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

The results showed that domestic travel agency in Bangkok had moderate overall opinions about impact during COVID - 19 crisis ($\bar{x} = 3.25$). The highest mean was marketing, followed by finance, personnel and operations respectively. Domestic travel agency had moderate overall opinions about guidelines for management of during COVID - 19 crisis ($\bar{x} = 3.27$). The highest average in terms of business planning, followed by marketing management, business administration and leadership of executives respectively. And different period and models of domestic travel agency had opinions about guidelines for management during COVID - 19 crisis differed statistically at 0.05 level. Business size and registered capital in business not different.

Keywords: Impact, Management, Domestic travel, COVID - 19 crisis

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้มีการแพร่ระบาดในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย การระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้ง ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย อาทิ บริษัทนำเที่ยวสายการบิน ผู้ประกอบการที่พัก โรงแรมต่าง ๆ ซึ่งภายหลังจากกระทรวงสาธารณสุขได้ออกมาเตือนให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการเดินทางไปในประเทศที่มีความเสี่ยงในการแพร่ระบาด มีทั้งนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะเลื่อนการเดินทาง

ออกไปก่อน และบางส่วนต้องการขอยกเลิกการเดินทาง และขอเงินค่าบริการนำเที่ยวคืนจากบริษัทนำเที่ยวทันที ทำให้ปัญหาหนักตมมาอยู่ที่ฝ่ายผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่ต้องแก้ไขปัญหาการระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบทำให้ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 รายได้จากท่องเที่ยวไทยหายไปเป็นมูลค่ากว่า 1.3 แสนล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2564)

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในเดือนมกราคม 2564 ตลาดไทยเที่ยวไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของ COVID-19 ระลอกที่ 2 โดยจำนวน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เหลือเพียง 4.51 ล้านคนต่อครั้งเท่านั้น และการระบาดของ COVID-19 ระลอกที่ 3 นี้ พบผู้ติดเชื้อในประเทศ เป็นจำนวนมากกว่าที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ก่อนกระจายไปในอีกหลาย จังหวัดตั้งแต่ต้นเดือนเมษายน 2564 ทำให้ ต้องยกระดับมาตรการการเฝ้าระวังการระบาดของ COVID-19 สถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแผนเดินทางท่องเที่ยว ในช่วงไตรมาส 2 นี้ ต่างปรับเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยว ออกไป จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม และที่พักในพื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งถูกยกเลิกการจองเนื่องจาก นักท่องเที่ยวมีความกังวลต่อสถานการณ์การระบาดของโรค และเกิดความไม่มั่นใจต่อมาตรการ การควบคุมโรคในระยะถัดไป (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2564)

ในปัจจุบันยังพบว่า จำนวนบริษัทนำเที่ยว ในประเทศลดลงเหลือเพียงร้อยละ 40 หรือ ประมาณ 20,000 ราย เท่านั้น และยังมีการปิดธุรกิจ แบบถาวรไปแล้วถึงร้อยละ 20 ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 20 อยู่ระหว่างการปิดชั่วคราวและปิดถาวร (มติชน, 2564) และจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีงานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบ และแนวทางการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จำนวนน้อยมาก ซึ่งผู้วิจัยได้มองเห็น ถึงปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวอย่างรุนแรง ในปัจจุบัน เช่น การยกเลิกการเดินทางของลูกค้า ธุรกิจนำเที่ยวไม่สามารถจัดกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยวได้ รายได้ของธุรกิจนำเที่ยวลดลง หรือไม่มีรายได้เลย และการไม่ได้รับการช่วยเหลือเยียวยาจากมาตรการ ของภาครัฐ เป็นต้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทัศนคติ รสนิยม ความอ่อนไหว ของนักท่องเที่ยว เช่น การระมัดระวังรักษาตัว ความหวาดกลัว ความกังวล ความตื่นตระหนก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการ

ตัดสินใจเดินทางและการท่องเที่ยวภายในประเทศ อย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยมองว่าผู้ประกอบการมีความสำคัญ ในการกำหนดทิศทางของธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ ขององค์กร จึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการ ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีมาตรฐานในการทำธุรกิจนำเที่ยวให้เป็นที่น่าเชื่อถือ แก่นักท่องเที่ยว ประกอบกับมีความเกี่ยวข้อง โดยตรงในทางวิชาชีพของผู้วิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจ ที่จะศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบและแนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศในการกำหนด นโยบาย การกำกับ และควบคุม การจัดการธุรกิจ นำเที่ยวภายใต้ภาวะวิกฤต เพื่อพัฒนาระบบธุรกิจ นำเที่ยวของไทยให้เป็นระบบที่เข้มแข็งอันจะส่งเสริม ต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการจัดการธุรกิจของแต่ละบริษัท จำแนกตามข้อมูลทั่วไปภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบและแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้สภาวะวิกฤต COVID-19

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศที่จดทะเบียนตามลักษณะการขออนุญาตเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,036 แห่ง (สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรุงเทพมหานคร, 2564) โดยมีตัวแทนในการตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของบริษัทและผู้จัดการฝ่าย/แผนก

กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (อัศวิน แสงพิกุล, 2556) และสุ่มตัวอย่างโดยวิธีจับสลากจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ และกำหนดสัดส่วนเป็นเจ้าของบริษัทหรือผู้จัดการฝ่าย/แผนก แต่ละ 1 คน

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไปประกอบด้วยขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1) ผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วยด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน

2) แนวทางการจัดการธุรกิจในสภาวะวิกฤต COVID - 19 ประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ

การบริหารการตลาด ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และการบริหารจัดการธุรกิจ

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการวิจัย เดือนกรกฎาคม – กันยายน 2564

โดยมีแนวทางการใช้สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างจากกรอบทฤษฎีวรรณกรรม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน ซึ่งลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Rating Scale)

ส่วนที่ 3 แนวทางการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19) ได้แก่ การวางแผนธุรกิจ การบริหารการตลาด ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และการ

บริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Rating Scale)

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ
เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเพื่อสร้าง
แบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอ
ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบ แก้ไข
และปรับปรุงเพื่อความเหมาะสมและความตรง
ตามเนื้อหา (Contents Validity) ตลอดจนแก้ไข
ภาษา และคำถามให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย
ผู้วิจัยรวบรวมสรุปข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ
ของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นประมวลความเห็น
ของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายชื่อ โดยดัชนีความสอดคล้อง
ของแต่ละข้อคำถาม ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จึงถือว่า
ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ของการวิจัย และสามารถนำไปใช้เป็นข้อคำถาม
ในแบบสอบถามได้ ซึ่งจากการตรวจสอบของผู้
เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC (Index of Item
Objective Congruence) ของแต่ละข้อคำถาม
อยู่ระหว่าง 0.66 -1.00 ซึ่งถือว่าข้อคำถามทุกข้อ
สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับธุรกิจนำเที่ยว
ภายในประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ไม่ได้เป็นกลุ่ม
ตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น
(Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha
Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.886

5. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงคุณภาพ
ของเครื่องมืออีกครั้งเพื่อความสมบูรณ์จากข้อบกพร่อง
ที่พบจากการตอบของกลุ่มตัวอย่าง

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
จำนวน 300 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการแจก
แบบสอบถามด้วยตนเองกับเจ้าของบริษัท
และผู้จัดการฝ่าย/แผนกของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ
ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และการแชร์ลิงก์
แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น e-mail
และLine ในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน 2564

2. รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย
วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ วารสารวิชาการ และการ
สืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ วิเคราะห์โดยการแจก
แจงความถี่ และค่าร้อยละ

2. ข้อมูลผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด
ของ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
ในประเทศ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

3. ข้อมูลแนวทางการจัดการของผู้ประกอบ
ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศภายใต้สถานการณ์การแพร่
ระบาดของ COVID-19 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ข้อมูลการเปรียบเทียบแนวทางการจัดการธุรกิจ
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19
ของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศจำแนก
ตามขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ และรูปแบบการดำเนิน
ธุรกิจโดยใช้ t-test สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
ที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้ F-test สำหรับกลุ่มตัวอย่าง
มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยการ
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)
เพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลาง 15-30 คน ร้อยละ 39.7 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจไม่ถึง 1 ปี ร้อยละ 43.7 มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ 1-10 ล้านบาท

ร้อยละ 40.3 และมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดร้อยละ 51.0

ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการตลาด	3.31	0.635	ปานกลาง
2. ด้านการเงิน	3.24	0.659	ปานกลาง
3. ด้านบุคลากร	3.24	0.818	ปานกลาง
4. ด้านการดำเนินงาน	3.22	0.785	ปานกลาง
รวม	3.25	0.618	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.25$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการตลาด

มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน ตามลำดับ

ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการวางแผนธุรกิจ	3.41	0.726	มาก
2. ด้านการบริหารการตลาด	3.24	0.659	ปานกลาง
3. ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร	3.18	0.708	ปานกลาง
4. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ	3.24	0.818	ปานกลาง
รวม	3.27	0.603	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) โดยด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการวางแผนธุรกิจ และด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ

ด้านการบริหารการตลาด รองลงมาคือ ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร ตามลำดับ

ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจของแต่ละบริษัท จำแนกตามข้อมูลทั่วไปภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจของแต่ละบริษัท จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ

สมมติฐานการวิจัย	F	P	ผลการทดสอบ
1. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีขนาดของธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกัน	0.571	0.566	ไม่แตกต่าง
2. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกัน	2.315	0.076	ไม่แตกต่าง
3. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกัน	1.142	0.320	ไม่แตกต่าง
4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกัน	1.109	0.357	ไม่แตกต่าง

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร และด้านการบริหารจัดการธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.036 และ 0.019)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศต่อแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจไม่ถึง 1 ปี กับ 6-10 ปี เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย

เป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร มากกว่าผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจไม่ถึง 1 ปี

2. ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศที่มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3. ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริหารการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.033)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศต่อแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้านการบริหารการตลาด จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1) รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว ไม่จดทะเบียนพาณิชย์ มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้านการบริหารการตลาด มากกว่าธุรกิจแบบบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนสามัญไม่ใช่นิติบุคคล

2) รูปแบบการดำเนินธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้านการบริหารการตลาดน้อยกว่าธุรกิจเจ้าของคนเดียว ไม่จดทะเบียนพาณิชย์

3) รูปแบบการดำเนินธุรกิจห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้านการบริหารการตลาด มากกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญไม่ใช่นิติบุคคล ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศในสภาวะวิกฤต COVID-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีข้อเสนอแนะอื่น ๆ ดังนี้

1. จากสถานการณ์ดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐ ประเมินผลกระทบจากการปิดสถานประกอบการน้อย และล่าช้าเกินไป และไม่มีการประเมินผลกระทบล่วงหน้า ดังนั้น ควรปรับเปลี่ยนหลักคิดและวิธีการบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนในภาวะวิกฤตให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม โดยนำวิธีการจากหลาย ๆ ประเทศมาเป็นตัวอย่าง เช่น สิงคโปร์ ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา

2. ผู้ประกอบการยังไม่เห็นความช่วยเหลือหรือการเยียวยา เป็นธรรมดาที่ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้สึกน้อยใจ ตั้งแต่การจัดการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (ซอฟท์โลน) ที่ปราศจากความเป็นสถานการณ์ฉุกเฉินมีเงื่อนไขจุกจิกมากมายจนทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงความช่วยเหลือได้จริง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการตลาดมีผลกระทบต่อธุรกิจมากที่สุด ในเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ และด้านการดำเนินงาน มีผลกระทบต่อธุรกิจต่ำที่สุดในเรื่องเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาพรวมของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ อัมมัญญากร สมัคร (2560) พบว่าการปรับตัวของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าต่อการเป็นสมาชิกอาเซียนด้านส่วนผสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ Kumudumali (2020) ระบุว่า การระบาดของโควิด-19 ทำให้ภาคการท่องเที่ยวได้รับ

ผลกระทบอย่างรุนแรง ผลกระทบเชิงลบของการระบาดของไวรัสในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการลดลงของภาคการสนับสนุน เช่น การเดินทางทางอากาศ และอุตสาหกรรมบริการในบริบทโลก แนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยด้านการวางแผนธุรกิจมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ในเรื่องเกี่ยวกับการลดต้นทุนด้วยการควบรวมกิจการและด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ในเรื่องเกี่ยวกับความสามารถในการแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ภูมิภณมณิธร (2564) พบว่า แนวทางในการบริหารจัดการเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางวิกฤติโดยสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้านสำคัญ คือ (1) การบริหารจัดการเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางสภาวะวิกฤติ (2) ด้านการตลาดและการขาย (3) การจัดการด้านเงินทุนและหนี้สิน และ (4) ด้านการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาและความเสี่ยงที่พบในช่วงวิกฤติ

การเปรียบเทียบแนวทางการจัดการธุรกิจของแต่ละบริษัทจำแนกตามข้อมูลทั่วไปภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีแนวทางการจัดการธุรกิจด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร และด้านการบริหารจัดการของธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยธุรกิจที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่ามีแนวทางการจัดการมากกว่า และรูปแบบการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีแนวทางการจัดการธุรกิจด้านการบริหารการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวไม่จดทะเบียนพาณิชย์ มีแนวทางการจัดการธุรกิจ มากกว่าธุรกิจแบบบริษัท จำกัด และ ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่ใช่นิติบุคคล

และผลการวิจัยยังพบว่า ขนาดของธุรกิจ และทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ มีแนวทางการจัดการธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่ยาวนานมากกว่าย่อมมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ และแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดีกว่าและมีแนวทางการจัดการธุรกิจที่หลากหลายและเป็นไปในแนวทางที่ดีเพราะได้เผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ มาอย่างยาวนาน รวมทั้งธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจในลักษณะธุรกิจเจ้าของคนเดียวไม่จดทะเบียนพาณิชย์ อาจจะมีการบริหารจัดการและแนวทางการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน และยุ่งยาก การตัดสินใจสามารถทำได้ทันที หากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมณชญากร สมัคร (2560) พบว่า การเปรียบเทียบลักษณะทั่วไปของธุรกิจที่ต่างกัน ต่อการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวด้านส่วนผสมทางการตลาดคือ ประเภทการจัดทะเบียน และรูปแบบการประกอบธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อการปรับตัวด้านส่วนผสมทางการตลาดต่างกัน ทุกด้าน ด้านจำนวนพนักงานที่ต่างกันส่งผลต่อการปรับตัวด้านส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน ส่วนด้านระยะเวลาในการประกอบกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อการปรับตัวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล คือ ประเภทการจัดทะเบียน รูปแบบการประกอบธุรกิจ และจำนวนพนักงานในกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อการปรับตัวด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลต่างกันทุกด้าน ส่วนด้านระยะเวลาในการประกอบกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อการปรับตัว

ด้านแรงงานสัมพันธ์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังสอดคล้องกับ พุทธพร โคตรภัทร และสมบัติ กาญจนกิจ (2560) พบว่าผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลไม่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านการวางแผน และด้านการจัดองค์กรมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบโดยภาพรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลไม่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรกำหนดแผนทางการตลาดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการประชาสัมพันธ์และคิดหาแคมเปญใหม่ๆ มานำเสนอให้นักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น หลัง COVID-19 รวมถึงการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการฟื้นฟูธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ เช่น การเยียวยาธุรกิจ การสนับสนุนด้านแหล่งลงทุนให้แก่ธุรกิจ เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ควรวางแผนการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ได้แก่ การปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง การลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายและเข้าถึง

ผู้รับบริการมากขึ้น พัฒนาศักยภาพการแข่งขัน และมาตรฐานการให้บริการมุ่งเน้นการตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่ม Health and Wellness ขยายตลาดการลงทุน เป็นต้น

3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ธุรกิจนำเที่ยวสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ในระยะยาว โดยการกำหนดมาตรการเยียวยาให้แก่ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเพื่อฟื้นฟูกิจการ หรือสนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจที่ต้องการเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ นอกจากนี้ ควรช่วยเหลือและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการรายใหม่ให้มีความรู้ ความพร้อม และสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริการทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ การส่งเสริม SME ในการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดประชุมกลุ่ม (Focus Group)
2. ควรศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจในยุค Next Normal โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจภาคบริการอื่น ๆ วางแผนในการรับมือกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ควบคุมไม่ได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **การระบาดของ COVID-19 ในระลอกที่ 3 ส่งผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยวไทย**. ค้นเมื่อ สิงหาคม 10, 2564, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/607>.
- พุทธพร โคตรภัทร และสมบัติ กาญจนกิจ. (2560). **การจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิมภณ มณีธ. (2564). **กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการในจังหวัดเชียงใหม่**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 15(3), 1-18.
- มติชน. (2564). **สถานการณ์ของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ**. ค้นเมื่อ สิงหาคม 10, 2564, จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_3530827.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2564). **การระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. ค้นเมื่อ สิงหาคม 15, 2564, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business?c=362>.
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรุงเทพมหานคร. (2564). **บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร**. ค้นเมื่อ กันยายน 21, 2564, จาก https://uthaithani.mots.go.th/news_view.php?nid=561.
- อัมมชญากร สมัคร. (2560). **การปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเป็นสมาชิกอาเซียน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Kumudumali, S.H.T. (2020). **Impact of COVID-19 on Tourism Industry: A Review**. Retrieved September 8, 2021, from <https://ideas.repec.org/p/pramprapa/102834.html>.