

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว
กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร
Key Factors for Success in Business Management of Tourism Business :
A Case Study of Tourism Business in Bangkok Area

จิรัฐ ขวนชม* และนงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

Jirat Chuanchom* and Nongluck Popichit
Faculty of Management Science, Suan Dusit Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจและหาแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

การดำเนินการวิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลการวิจัย เชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 352 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้นจำนวน 5 ราย การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ประกอบไปด้วย ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และ ชีตความสามารถทางด้านการตลาด

สำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ (1) บริษัทนำเที่ยวต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในเส้นทางการท่องเที่ยวของบริษัท (2) มีการดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว และ (3) ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับมัคคุเทศก์โดยการอบรมให้มีความชำนาญในเรื่องของพื้นที่ที่จะพานักท่องเที่ยวไปและให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ

คำสำคัญ : ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ธุรกิจนำเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to study factor for success in business management and to design guidelines for developing tourism business management.

This research was conducted quantitatively and qualitatively. The quantitative data was collected from 352 tourism business entrepreneurs in Bangkok area, who were chosen by a convenience sampling. The instrument was a questionnaire. The qualitative data was collected from five entrepreneurs, who were chosen by a purposive sampling. The instrument was in-depth interviews.

The research findings revealed that the factors for success in business management included skills in human relations and ability in marketing.

For tour companies, the proposed guidelines for developing tourism business management included product differentiation, networks with other tourism-related entrepreneurs, as well as professional and knowledgeable tour guides.

Keyword : Key success factor, Tourism business

บทนำ

ในปัจจุบันการเติบโตทางเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับภาคการบริการในฐานะที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้และการจ้างงานที่สำคัญที่สุดแทนที่ภาคอุตสาหกรรมที่เคยมีความสำคัญมาก่อนในอดีต สำหรับประเทศไทยมีส่วนที่เพิ่มขึ้นในด้านการบริการของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศได้แสดงถึงความสำคัญของภาคการบริการ (Kitlerdphairoj, 2006)

จากข้อมูลรายงานสถิติมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศของ National Accounts Office (2011) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2553 พบว่า การท่องเที่ยวเป็นสาขาหนึ่งของภาคบริการที่สร้างรายได้ให้ประเทศเป็นอย่างมาก รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 6.03 ต่อปีของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ซึ่งภาคบริการนับเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนภาคอื่นๆ และยังช่วยสร้างรายได้หลักให้กับประเทศ ธุรกิจบริการจึงถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะสาขาที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยว

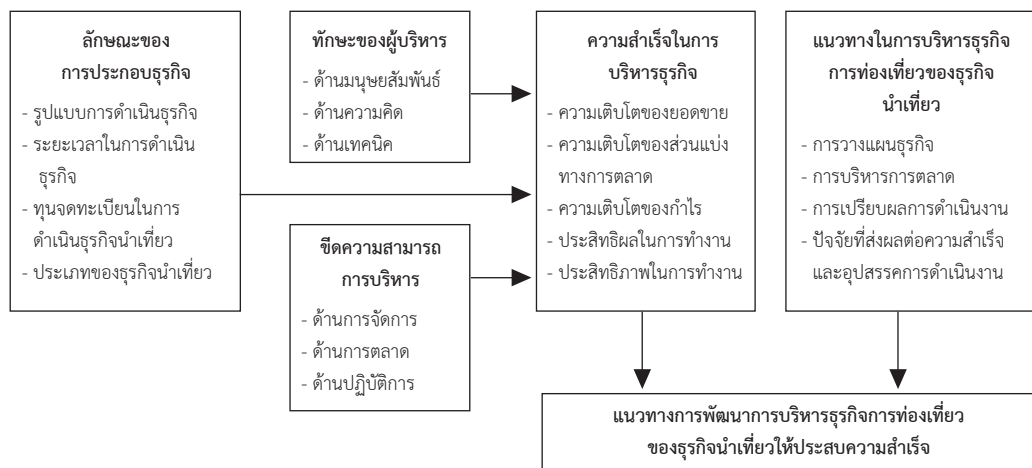
จากการจำแนกธุรกิจนำเที่ยวของ Esichaikul (2001) จำแนกประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนี้ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ จัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศและธุรกิจจัดนำเที่ยวภายในประเทศเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวมีหลากหลายประเภททำให้การแข่งขันในการดำเนินธุรกิจค่อนข้างที่จะสูง ซึ่ง (Katz as cited in Samuel & Trevis, 2012) ได้กำหนดตัวชี้วัดทักษะ 3 อย่างที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบ

ความสำเร็จ ประกอบไปด้วย ทักษะทางด้านเทคนิค ทักษะทางด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะทางด้านการคิด นอกจากนี้กระบวนการบริหารต่างๆ ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย การจัดการการตลาดและกระบวนการปฏิบัติการที่ต่อเนื่องกันเพื่อให้การบริหารหรือการจัดการหน่วยงานดำเนินไปตามเป้าหมายจากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นองค์ประกอบการบริหารมีอยู่หลายส่วนทำให้คณะผู้วิจัยสนใจว่าองค์ประกอบใดที่ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพและหาแนวทางการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว
3. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวจำแนกตามลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว
5. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ลักษณะของธุรกิจ ประกอบไปด้วย รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว

ทักษะของผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความคิดและ ด้านเทคนิค

ขีดความสามารถในการบริหาร ประกอบไปด้วย ด้านการจัดการ ด้านการตลาดและ ด้านปฏิบัติการ

ตัวแปรตาม ได้แก่

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ประกอบไปด้วย ความเติบโตของยอดขาย ความเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด ความเติบโตของกำไร ประสิทธิภาพในการทำงาน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

สมมติฐานการวิจัย

1. ธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะของการประกอบธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจที่แตกต่างกัน
2. ทักษะของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ
3. ขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยแบบผสมระหว่างเชิงปริมาณและคุณภาพ ดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2,933 แห่ง (Department of Tourism 2011)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 352 คน ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ จากสูตรคำนวณของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) 95 เปอร์เซนต์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากร คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจนำเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งค่าความเชื่อมั่นทั้งหมดเท่ากับ 0.9387 โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของการประกอบธุรกิจ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะของผู้ประกอบการ จำนวน 15 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8730

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับขีดความสามารถในการบริหารงาน จำนวน 22 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9116

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ จำนวน 13 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.6694

การวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – depth Interview)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% ได้แก่

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance)

2.2 เปรียบเทียบการวิเคราะห์การถดถอยของตัวแปร (Regression Analysis)

การวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจทุกด้านในระดับมากโดยผู้บริหารธุรกิจมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือทักษะด้านความคิด และทักษะด้านเทคนิค ตามลำดับ

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการตลาด และด้านการจัดการ ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว

ทักษะของผู้บริหารธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ขีดความสามารถในการบริหาร	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านมนุษยสัมพันธ์	3.94	0.48	1. ด้านการจัดการ	3.93	0.54
2. ด้านความคิด	3.89	0.54	2. ด้านการตลาด	4.01	0.48
3. ด้านเทคนิค	3.64	0.68	3. ด้านการปฏิบัติการ	4.29	0.49
รวม	3.82	0.48	รวม	4.07	0.44

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจ ด้านมนุษยสัมพันธ์โดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ทุกข้อในระดับมากโดยผู้บริหารธุรกิจมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในข้อมีการรับฟังความคิดและเข้าใจความรู้สึกของพนักงาน ($\bar{X} = 4.12$) เป็นอันดับแรก

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านความคิดโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านความคิดทุกข้อในระดับมาก โดยผู้บริหารธุรกิจมีทักษะด้านความคิดในข้อมีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาเพื่อแก้ไขปัญหา ($\bar{X} = 4.09$) เป็นอันดับแรก

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านเทคนิคโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านเทคนิคในระดับมาก ในข้อมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กรเพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$) เป็นอันดับแรก

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการจัดการโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการจัดการทุกข้อในระดับมาก โดยมีขีดความสามารถในข้อมีการวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบริหารในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เป็นอันดับแรก

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการตลาดโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการตลาดในระดับมากที่สุด ในข้อมีการจัดทำประกันภัยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เป็นอันดับแรก

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการตลาดในระดับมาก ในข้อมีการแนะนำเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบรายอื่นๆ ($\bar{X} = 4.04$) มีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ($\bar{X} = 3.54$) และผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้าน

การตลาดในระดับปานกลาง ในข้อมีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวให้กับลูกค้าโดยการออกบูท ($\bar{X} = 2.90$) ตามลำดับ

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหาร ด้านการปฏิบัติการโดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมี ขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการในระดับมากที่สุด ในข้อมีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม ($\bar{X} = 4.55$) เป็นอันดับแรก

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการในระดับมาก ในข้อมี การประสานงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องไว้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.15$) และมีการสร้างรูปแบบ การบริการนำเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบรายอื่นๆ ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจ นำเที่ยว ผลการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผลของความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยวของธุรกิจ นำเที่ยว ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.
1. ร้อยละการเติบโตของยอดขายเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	22.23	19.92
2. ร้อยละการเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	19.52	17.69
3. ร้อยละการเติบโตของผลกำไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	20.40	18.51
4. ด้านประสิทธิผลในการทำงาน	3.90	0.53
5. ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน	3.87	0.55

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจ นำเที่ยวจำแนกตามลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ พบว่า ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกันทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน ดังตารางที่ 3

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยทักษะของผู้บริหารด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิผลในการทำงาน ($\beta = 0.237$) และ ปัจจัยขีดความสามารถของผู้บริหาร ด้านการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ($\beta = 0.267$) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิผลในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงาน
จำแนกตามลักษณะของการประกอบธุรกิจ

ตัวแปร	ประสิทธิผล ในการทำงาน		ประสิทธิภาพ ในการทำงาน	
	F-Ratio	P-Value	F-Ratio	P-Value
1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	0.63	0.53	0.62	0.53
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1.14	0.33	1.84	0.13
3. ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ	0.47	0.62	0.29	0.74
4. ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว	0.03	0.99	0.42	0.73

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว

ปัจจัย	ประสิทธิผล ในการทำงาน ^a			ประสิทธิภาพในการทำงาน ^b		
	(β)	t	Sig.	(β)	t	Sig.
ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์	0.237	4.56**	0.00	-	-	0.00
ทักษะด้านความคิด	-	-	-	-	-	-
ทักษะด้านเทคนิค	-	-	-	-	-	-
ขีดความสามารถด้านการจัดการ	-	-	-	-	-	-
ขีดความสามารถด้านการตลาด	-	-	-	0.267	5.17**	-
ขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการ	-	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

a : F 20.85** Sig. .000 R² 5.6% Adj. R² 5.4% b : F 26.77** Sig. .000 R² 7.1% Adj. R² 6.8%

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ จากการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจนำเที่ยว ดังนี้

ด้านการดำเนินงาน

1. ผู้ประกอบการต้องคิดแบบสร้างสรรค์โดยการคิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ (Creative Thinking) จากการเปลี่ยนแปลงทางด้านของเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการนำเที่ยวต้องมีการคิดเส้นทางใหม่ ๆ ซึ่งเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวยังไม่เคยเดินทางไป เพื่อเป็นการจูงใจและเป็นการให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาใช้บริการ
2. การดำเนินธุรกิจต้องมีความซื่อสัตย์ (Trust) ต้องนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้องและโปร่งใสให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นกับการทำงานของบริษัท
3. นำเสนอการบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า (Service Quality) บริษัทต้องมี การเตรียมการบริการให้กับลูกค้าในด้านต่างๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการอีก และยังมีการแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการอีกด้วย

4. ธุรกิจควรมีการดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่าย (Network) กับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรมที่พัก บริษัทรถทัวร์ สายการบิน ธุรกิจประกันภัย ร้านอาหาร และชุมชนที่พานักท่องเที่ยวไป ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องมีการประสานงานให้มีความสำคัญกับธุรกิจดังกล่าวในลักษณะที่เป็นพันธมิตรทางการค้า

5. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับมัคคุเทศก์โดยการอบรม (Training) ให้มีความชำนาญในเรื่องของพื้นที่ที่จะพานักท่องเที่ยวไปและให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ

6. ควรมีการรับฟังความคิดเห็น (Feedback) ของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

ด้านการตลาด

1. บริษัทนำเที่ยวต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) ในเส้นทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเส้นทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการนำเที่ยวรายอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งกันจะเป็นจุดดึงดูดและจุดขายให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

2. บริษัทนำเที่ยวสามารถกำหนดราคา (Price) ต่ำกว่าหรือสูงกว่าระดับราคาตลาดผู้ประกอบการนำเที่ยวรายอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งกันได้แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของการบริการที่มีคุณภาพ

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Place) หรือการบริการของบริษัทนำเที่ยว สามารถทำได้โดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะผ่านทางเครือข่ายทางด้านอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจากทางเว็บไซต์ หรือทางเฟสบุ๊คช่องทางที่ได้ผลมาก คือ การที่ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการบอกต่อและแนะนำคนรู้จักให้รู้จักคุณภาพการบริการของบริษัท

4. บริษัทสามารถทำการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้กับนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการโดยการใช้ส่วนลดสำหรับการเดินทางในครั้งต่อไป หรือให้ส่วนลดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ได้รับการแนะนำมา อีกทั้งนำเสนอส่วนลดพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านมนุษย์สัมพันธ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทักษะด้านความคิด และทักษะด้านเทคนิค โดยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการตลาด และด้านการจัดการ โดยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่า การเติบโตของยอดขาย เฉลี่ยร้อยละ 22.32 การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด เฉลี่ยร้อยละ 19.52 การเติบโตของผลกำไร เฉลี่ยร้อยละ 20.40 ประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ ประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.87

ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ และประเภทของธุรกิจ พบว่า ไม่แตกต่างกันทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัยทักษะของผู้บริหารด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิผลในการทำงาน ($\beta = 0.237$) และ ปัจจัยขีดความสามารถของผู้บริหาร ด้านการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ($\beta = 0.267$)

แนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจนำเที่ยว ด้านการดำเนินงาน ผู้ประกอบการต้องคิดแบบสร้างสรรค์โดยการคิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ การดำเนินธุรกิจต้องมีความซื่อสัตย์ นำเสนอการบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า มีการดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่าย ด้านการตลาดต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาต้องอยู่บนพื้นฐานของการบริการที่มีคุณภาพ การสื่อสารใช้เทคโนโลยีสื่อสารประเภทต่างๆ และ มีการใช้ส่วนลดสำหรับการเดินทางในครั้งต่อไป

อภิปรายผล

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านมนุษยสัมพันธ์โดยรวมในระดับมาก โดยผู้บริหารธุรกิจมีการรับฟังความคิดและเข้าใจความรู้สึกของพนักงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Robbins & Coulter (2012) ที่กล่าวว่า ผู้จัดการต้องมีการติดต่อหรือทำงานร่วมกับคน ผู้จัดการที่มีทักษะทางด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถเข้ากับทุกคนได้เป็นอย่างดี สามารถใช้ทักษะทางด้านการสื่อสาร มีการตั้งใจและสร้างแรงใจได้

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านความคิดโดยรวมในระดับมาก โดยผู้บริหารธุรกิจมีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาเพื่อแก้ไขปัญหา เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Sererat, et al. (2001) ที่กล่าวว่า คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ดีซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดย่อมประสบความสำเร็จ คือ ความสามารถในการคิดหรือมีความคิดริเริ่มใหม่ ที่จะนำเอาแนวความคิดที่ดีมาเสริมสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจทำสิ่งที่ถูกต้องก่อนคนอื่นเสมอ จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านเทคนิคโดยรวมในระดับมากเมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านเทคนิคในระดับมาก ในข้อมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการองค์กรเพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลจากการสัมภาษณ์งานวิจัยกับผู้บริหาร/ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าจะผ่านทาง เว็บไซต์ ช่องทางการนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ (Katz as cited in Samuel & Trevis, 2012) ได้กำหนดตัวชี้วัดว่าทักษะที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ ทักษะทางด้านเทคนิคทางด้านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การเขียนเว็บไซต์ของธุรกิจเพื่อนำเสนอข้อมูลแพ็คเกจต่าง ๆ ให้กับลูกค้า นอกจากนี้จากบทความวิจัยของ Sakdasirorat (2007) กล่าวว่า การดำเนิน

ธุรกิจหัตถกรรมให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยผู้ประกอบการต้องมีทักษะในหลายด้าน เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกได้

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการจัดการโดยรวมในระดับมากโดยผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีการวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบริหาร นอกจากนี้ผลจากการสัมภาษณ์งานวิจัยกับผู้บริหาร/ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า บริษัทหาช่องทางในการช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Pongsrirong (2000) ได้ให้แนวคิดปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ คือ ต้องมีการวางแผนหรือแม่แบบไว้ทั้งระบบและเป็นโครงการระยะยาวที่ต่อเนื่อง

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการตลาดโดยรวมในระดับมากโดยผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีการจัดทำประกันภัยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ผลจากการสัมภาษณ์งานวิจัยกับผู้บริหาร/ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า บริษัทให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าโดยทำประกันภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกับบริษัทเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Sukmongkol (2008) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทางเป็นอันดับสูงสุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิด Klongpayaban (2007) ที่กล่าวว่า ปัจจัยของความสำเร็จของธุรกิจในการดำเนินการธุรกิจ คือ การส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปสู่ลูกค้าโดยสินค้าหรือบริการของธุรกิจสามารถตอบสนองความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวยังมีการแนะนำเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่นๆ มีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์งานวิจัยกับผู้บริหาร/ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า บริษัทนำเที่ยวให้พนักงานใช้ social network ให้เป็นประโยชน์เข้ามาใช้เป็นช่องทางการนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้า เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมทางการตลาด จะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ นอกจากนี้จากบทความวิจัยของ Watanasin (2012) กล่าวว่า พบว่า การส่งเสริมแบบลดราคาทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากกว่าการส่งเสริมการขายรูปแบบอื่นๆ

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Institute for Small and Medium Enterprise Department (2003) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีคุณลักษณะที่สำคัญตามลำดับ ดังนี้ คือ มีความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวยังมีการประสานงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องไว้บริการนักท่องเที่ยวและมีการสร้างรูปแบบการบริการนำเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่นๆ โดยผลจากการสัมภาษณ์งานวิจัยกับผู้บริหาร/ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ต้องมีการเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ให้กับลูกค้า เป็นไปในทิศทาง

เดียวกับแนวคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่า ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) คุณสมบัติทางด้านผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติอื่นๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้จากบทความของ Chueanjai & Pheungpothong (2012) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับนิยมนิยมจากชาวไทยและชาวต่างประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวลักษณะนี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิดจากสถานที่จริง

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมในระดับมาก อันดับแรก คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Kwanmuang (2007) ผลการศึกษาพบว่า การที่พนักงานมีความรู้ อธิบายและความสามารถ และการมีเอกสารประจำให้คำปรึกษาแนะนำจัดยา รวมทั้งความน่าเชื่อถือและการเปิดบริการมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ลูกค้ามีประจำ

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมในระดับมากเนื่องจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Wongtada (2002) กล่าวว่าสิ่งที่ทำให้ธุรกิจบริการประสบความสำเร็จกิจการต้องรู้จุดยืนของตนเอง ว่าการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีในเรื่องอะไรบ้าง เช่น ผู้ประกอบกิจการจัดทัวร์ท่องเที่ยวก็ต้องรู้ว่าทำอย่างไรลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางไปกับโปรแกรมทัวร์ที่จัดขึ้น และต้องจัดระบบให้มีการให้บริการนั้นอย่างครบถ้วน เตรียมพร้อมที่จะแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ดังนั้นเมื่อลูกค้ามาใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ผู้บริหารพิจารณาว่าเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจนำเที่ยว 3 อันดับแรก คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ ซื่อสัตย์ และจริงใจต่อลูกค้า เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Institute for Small and Medium Enterprise Department (2003) ผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะและความสามารถด้านการจัดการของผู้ประกอบการ เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างประเมินคุณลักษณะของตนเอง ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จปรากฏคุณลักษณะสำคัญ คือ ซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่น ความสำเร็จมีความรับผิดชอบ มุ่งประสิทธิภาพในงานและมีความสามารถในการตัดสินใจ

ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกันทั้งด้านประสิทธิภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัย Sererat et al. (2005) กล่าวว่า รูปแบบของการประกอบธุรกิจที่ต่างกัน เนื่องจาก รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ต่างกันมีการหาลูกค้าและการดำเนินธุรกิจที่เหมือนกัน

ปัจจัยทักษะของผู้บริหารด้านมนุษย์สัมพันธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Sophon (2004) กล่าวว่า คุณสมบัติของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านทักษะคุณสมบัติเฉพาะบุคคลมีความสัมพันธ์กับยอดขายคอมพิวเตอร์ประกอบ

ปัจจัยขีดความสามารถของผู้บริหารด้านการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกับ Sererat et al. (2001) กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาด (Marketing factors) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ธุรกิจจะต้องใช้ร่วมกันในการตัดสินใจทางการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้าก็จะทำให้ยอดขายมีผลขั้นตอนการทำงานในการบริการลูกค้า มีการดำเนินงานด้วยความรวดเร็วโดยปราศจากข้อผิดพลาดและลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษาธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะงานวิจัย ดังต่อไปนี้

เชิงนโยบาย

1. การรับฟังความคิดและเข้าใจความรู้สึกของพนักงานและจงใจให้พนักงานทำงานเต็มความสามารถ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจ ถ้าผู้ประกอบการเปิดโอกาสให้พนักงานได้พูดถึงปัญหาที่ได้ประสบจากการทำงานเพื่อนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาแก้ไขเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพที่เพิ่มมากขึ้น

2. ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กรเพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว นอกจากนั้นเพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจยังต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประสานงานกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจเช่ารถ ธุรกิจที่พัก เป็นต้น

3. ผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ส่งผลที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการหรือไม่ เนื่องจากผู้นำเที่ยวเปรียบเสมือนตัวแทนของธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมี การอบรมผู้นำเที่ยวให้เข้าใจถึงหลักของการบริการที่ถูกต้อง

เชิงวิชาการ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรจะนำหลักการวิจัยไปใช้เพื่อหาถึงความต้องการของลูกค้า และจะได้มีการนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างรูปแบบการบริการนำเที่ยวให้แตกต่างกันเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3. ศึกษาผลกระทบของธุรกิจนำเที่ยวที่มาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

References

- Chueanjai, N., & Pheungpothong, K. (2012). Behaviors and Needs of Domestic Tourists in the Sisaket Province. *SDU Research Journal Humanities and Social Science*, 8(3). 57-59. (in Thai)
- Esichaikul, R. (2001). *Introduce to Industrial Tourisms*. Nontaburi. Sukothai Thammathirat University. (in Thai)
- Institute for Small and Medium Enterprise Department. (2003). The Study of Characteristic Entrepreneurs Successful. Retricved June 14, 2013, from <http://www.ismed.or.th/knowledge/showcontent.php> (in Thai)
- Kitlerdphairoj, W. (2006). *Service Marketing*. 2nd ed. Bangkok:Se education Public Company Limited. (in Thai)
- Klongpayaban, R. (2007). Business Plan : SMEs Process and Business Plan (4). *SMEs Today Magazine*. 6(61). 14-18. (in Thai)
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Upper saddle, New Jersey: Prentice Hall.
- Kwanmuang, S. (2007). *Key Success Factor Retailing's Drugstore in Bangkok Metropolis*. (Master's thesis). Sukothai Thammathirat University, Nontaburi. (in Thai)
- National Accounts Office. (2011). *Gross Domestic Product and Revenue Industrial Tourism*. National Economic and Social Development Board. (in Thai)
- Pongsrirong, S. (2000). *Organization and Management*. 6th ed. Bangkok: n.p. (in Thai)
- Robins, S., & Coulter, M. (2012). *Management*. 7th ed. Canada: Pearson Edition.
- Sakdasirorat, A. (2007). Strategies for Developing Compettiveness inv handicraft Business: A Study of Sunkampang Handicraft Ribbon, Chiangmai. *SDU Research Journal Humanities and Social Science*, 4(1), 86-99. (in Thai)
- Samuel, C. Certo, & S. Trevis C. (2012). *Modern Management, Concept and Skill*. 12th ed. New Jersdy: Pearson Edition.
- Sererat, et al. (2001). *Principle of Marketing*. Bangkok.: Teera Film and Sitex Corporation. (in Thai)

- Sererat, et al. (2005). *Key Success factors for Small and Medium Enterprise in Bangkok Metropolis*. Bangkok. (in Thai)
- Sukmongkol, A. (2008). *Marketing factors toward Tourism Chiang mai province of people in Bangkok*. (Master's thesis). Kasetsart University. Bangkok. (in Thai)
- Sophon, P. (2004). *The key Success factors in selling personal computers of entrepreneurs*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok. (in Thai)
- Watanasin, R. (2012). Effectives Sales Promotion in Modern Retailing: Consumer and Managerial Perspectives. *SDU Research Journal Humanities and Social Science*, 8(2). 153-174. (in Thai)
- Wongtada, N. (2002). Marketing for Service Business. *Paper for presentation National Seminar SMEs FAIR*. 11-27 September 2002 at IMPACT Exhibition and Convention Center. Department of Industrial Promotion Ministry of Industry. (in Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory*. 3rd ed. New York: New York Harper and Row Publication.

คณะผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรัช ชวนชม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: chiruchchiruch@hotmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: npopichit@gmail.com