

## ปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว

### Entrepreneurial Business Characteristics Affecting Modern Service Strategies and Competitive Advantages in Tourism Business

ปภาวิน พชรโชติสุธี (Paphawin Patcharachotsuthi)\*

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการนำเที่ยว 2) ศึกษากลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) ศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ และ 4) ศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดหนองคาย บึงกาฬ และนครพนม จำนวน 113 ราย การวิเคราะห์ใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาความแตกต่างโดยใช้สถิติที่ (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 50 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจมานานกว่า 6 ปี จำนวนพนักงานประมาณ 1 – 10 คน เงินลงทุนในกิจการมากกว่า 500,000 บาท รายได้ต่อเดือน 70,000 บาท ส่วนมากอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอยู่ใกล้ชุมชน กลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ ประกอบด้วย นวัตกรรมบริการ การปรับปรุงบริการ กระบวนการ และการบริการจัดการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำทางต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้าน ตำแหน่งที่ตั้ง ระยะห่างชุมชน เงินลงทุนกิจการ และรายได้ของกิจการที่ต่างกันมีผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ที่แตกต่างกัน และปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้าน ระยะห่างชุมชน จำนวนพนักงาน เงินลงทุนในกิจการ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

\* อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Instructor, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology ISAN, Khon Kaen Campus, e-mail : aj.paphawin@gmail.com

## Abstract

The purposes of this study were to examine (1) general factors and business characteristics of entrepreneurs in tourism business (2) modern service strategies and competitive advantages (3) entrepreneurial business characteristics which have the effects on modern service strategies, and (4) entrepreneurial business characteristics which have the effects on competitive advantages on tourism business. The research instruments included questionnaires distributed to 113 research participants who were tourism entrepreneurs in Nong Khai, Bueng Karn, and Nakhon Phanom provinces. The data were analysed statistically in terms of frequency, percentage, average, and standard deviation; and t-test and one-way ANOVA were used to verify the research hypothesis.

The findings showed that most of the tourism entrepreneurs were females, single, and aged over 50 years old. The entrepreneurs obtained a bachelor's degree, and had experiences in doing business for more than six years. By using over 500,000 Baht for the initial capital investment, most of the business offices were located in inner city and close to the communities, hiring about 1-10 staff and having the monthly incomes of approximately 70,000 Baht. The responses from the questionnaire showed that the strategies employed to promote modern services included service innovation, service improvement, business process, and service management while cost leadership, prompt response in operations, and niche marketing were the strategies employed to promote competitive advantages. It was also found that different business characteristics of entrepreneurs in terms of location, the distance from communities, capital investment, and incomes have the effects on modern service strategies; and as far as competitive advantages on tourism business are concerned, the factors which have the influence included distance from communities, the number of staff, capital investment, and incomes.

**Keywords:** Entrepreneurs, Modern service strategies, Competitive advantage

## บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการศึกษาหลักสูตรการให้บริการการท่องเที่ยว จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องศึกษาและทำความเข้าใจ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตามที่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) กล่าวถึง ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทาง และการท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ ดังนั้นการท่องเที่ยวไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้

การศึกษาถึงกลยุทธ์ในการให้บริการสมัยใหม่ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ การให้บริการจึงเป็นศาสตร์หนึ่งที่สำคัญช่วยให้เกิดการบอกต่อ หรือกลับมาใช้บริการอีก การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดลุ่มแม่น้ำโขงเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ในปัจจุบันก็เป็นที่ยอมรับอย่างมาก เนื่องจากเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว การไปมาหาสู่ต่อกัน หรือการค้าขาย การให้บริการต่อกันระหว่างชายแดนเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ธุรกิจการท่องเที่ยวตามชายแดนจึงเป็นอีกการบริการหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการใช้บริการการท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วการศึกษาถึงกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องทำการศึกษาเพื่อจะได้ช่วยให้การท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาดังต่อไปนี้

การดำเนินธุรกิจปัจจุบันต้องมีการศึกษาถึงความได้เปรียบ โดยเฉพาะการได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจในแต่ละธุรกิจต่างก็ต้องเอาตัวรอด เพื่อจะได้ดำรงอยู่และต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ในทุกวันนี้สังคมยุคดิจิทัล ไทยแลนด์ 4.0 จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมต่างๆ ที่จะเป็แรงผลักดันให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยที่ สุดปฐพี เวียงสี (2559) กล่าวถึง ไทยแลนด์ 4.0 ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งประเทศไทย 4.0 จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมหรือ Value-Based Economy โดยมีฐานคิดหลัก คือ 1) เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2) เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม 3) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้น ประเทศไทย 4.0 ประเทศไทยจะต้องเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องรู้รายขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2) เปลี่ยนจาก

Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีความฉลาดรอบคอบ (Smart Enterprises) และผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ (Start ups) ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่การให้บริการคุณภาพสูง (High Value Services) 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง สิ่งเหล่านี้หากในแต่ละธุรกิจ หรือธุรกิจนำที่เกี่ยวเนื่องไปประยุกต์ใช้ ก็จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งสิ้น

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำที่เกี่ยวกลุ่มจังหวัดลุ่มแม่น้ำโขงภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์สมัยใหม่ทางการบริการ โดยจะดำเนินการวิจัยในกลุ่มโรงแรมหรือกลุ่มโฮมสเตย์ที่อยู่ติดริมแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันสำคัญของประเทศไทย เนื่องจากโรงแรมริมแม่น้ำโขงมีจำนวนมาก และต้องมีกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่สูง ต้องพยายามหากลยุทธ์เพื่อให้ได้เปรียบต่อคู่แข่งของตน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาและวิจัยเพื่อให้ได้ปัจจัยที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น รวมทั้งงานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปต่อยอดทำธุรกิจ หรือเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจทำวิจัยเกี่ยวกับการลงทุน หรือการสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขันได้ในโอกาสต่อไป

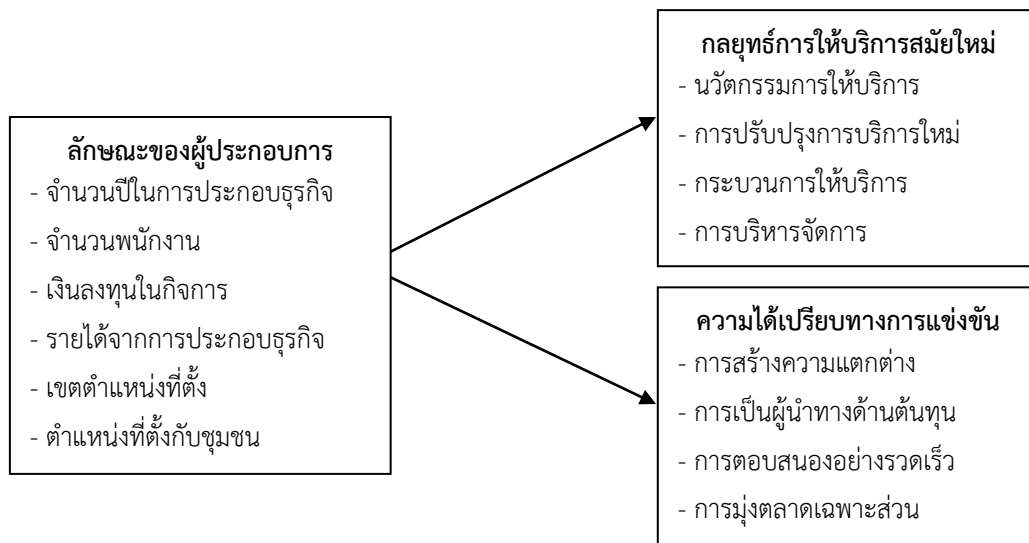
#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำที่เกี่ยว
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำที่เกี่ยว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำที่เกี่ยว
4. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำที่เกี่ยว

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำที่เกี่ยวที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำที่เกี่ยวที่แตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำนวน 159 แห่ง ในจังหวัดหนองคาย บึงกาฬ และนครพนม (การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ. 2557 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนในการกำหนดขนาดและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973, p. 127) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากสูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane จำนวนประชากร 159 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 113 คน (ความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าร้อยละ 5)

2. สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) อย่างมีสัดส่วน เพื่อให้ได้ตัวแทนผู้ประกอบการในแต่ละจังหวัด

3. จัดกลุ่มผู้ประกอบการออกเป็นชั้นภูมิตามจังหวัดทั้ง 3 จังหวัด

4. คำนวณจำนวนผู้ประกอบการตัวอย่างในแต่ละจังหวัด และสุ่มตามสัดส่วนในแต่ละจังหวัด โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการและผู้ประกอบการตัวอย่างของธุรกิจนำเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จังหวัด	จำนวนทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง
หนองคาย	92	64
บึงกาฬ	33	24
นครพนม	34	25
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>113</b>

ที่มา. การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ. 2557 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยกรอบแนวความคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยว เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

#### การสร้างและหาคคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคคุณภาพของแบบสอบถาม มีขั้นตอนการสร้างและหาคคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยด้วยการหาความตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะและสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องคำนิยามศัพท์เฉพาะของทุกตัวแปร
3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ประกอบการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ในจังหวัดขอนแก่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน
4. การตรวจสอบหาค่าอำนาจการจำแนกข้อคำถามโดยหาค่า Corrected Item-Total Correlation ทุกข้อได้ค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป เป็นระดับค่าอำนาจจำแนกที่ยอมรับได้ โดยค่าอำนาจการจำแนกที่ได้อยู่ระหว่าง 0.454 – 0.777
5. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแต่ละปัจจัย โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient of Alpha) ค่าความเชื่อมั่นที่ได้อยู่ระหว่าง 0.693 - 0.902 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม
6. นำแบบสอบถามที่มีความตรงและความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้แล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ การวิเคราะห์กลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่และได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว วิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวแปร One Way ANOVA (One-Way Analysis of Variances) สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม

### ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการนำเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 113 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด ระดับการศึกษา โดยส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจมานานกว่า 6 ปีขึ้นไป มีพนักงานระหว่าง 1 – 10 คน มีเงินลงทุนในกิจการมากกว่า 500,000 บาทขึ้นไป มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน (เป็นรายได้ที่ยังไม่หักค่าใช้จ่ายในกิจการ) อยู่ที่ 70,000 บาทขึ้นไป โดยมากแล้วอยู่ในเขตอำเภอเมือง และสถานประกอบการอยู่ใกล้ชุมชน

2. การศึกษากลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจนำเที่ยว แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการศึกษากลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยว

กลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่	$\bar{x}$	S.D.	แปลระดับ
นวัตกรรมการให้บริการ	3.89	0.75	มาก
การปรับปรุงการบริการใหม่	4.10	0.61	มาก
กระบวนการให้บริการ	4.27	0.63	มาก
การบริหารจัดการ	4.12	0.52	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความเห็นเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ( $\bar{x} = 4.27$ , S.D. = 0.63) การบริหารจัดการ ( $\bar{x} = 4.12$ , S.D. = 0.52) และการปรับปรุงการบริการใหม่ ( $\bar{x} = 4.10$ , S.D. = 0.61)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจนำเที่ยว

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	$\bar{x}$	S.D.	แปลระดับ
การสร้างความแตกต่าง	4.12	0.70	มาก
การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน	3.76	0.71	มาก
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.18	0.55	มาก
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	3.82	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจนำเที่ยว พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจนำเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.97$ , S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความเห็นเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้แก่ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ( $\bar{x} = 4.18$ , S.D. = 0.55) การสร้างความแตกต่าง ( $\bar{x} = 4.12$ , S.D. = 0.70) และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ( $\bar{x} = 3.82$ , S.D. = 0.73)

3. การศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยว การศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ จากการศึกษาทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้านเขตตำแหน่งที่ตั้งกับชุมชนที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

	เขตตำแหน่งที่ตั้ง		t-Value	P-Value
	อยู่ในเขต อำเภอเมือง	ไม่อยู่ในเขต อำเภอเมือง		
กลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่	4.10	4.25	1.86	0.01*

\*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า P-Value เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน นั่นคือ เขตตำแหน่งที่ตั้งที่แตกต่างกันมีผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 5 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้านตำแหน่งที่ตั้งระยะห่างชุมชนที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

	เขตตำแหน่งที่ตั้งห่างจากชุมชน		t-Value	P-Value
	อยู่ใกล้ชุมชน	ไม่อยู่ใกล้ชุมชน		
กลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่	4.12	3.95	0.42	0.00*

\*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า P-Value เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน นั่นคือ เขตตำแหน่งที่ตั้งห่างจากชุมชนที่แตกต่างกันมีผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้านจำนวนปี จำนวนพนักงาน เงินลงทุน และรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.65	3	0.55	1.67	0.17
	ภายในกลุ่ม	35.86	109	0.32		
	รวม	37.51	112			
จำนวนพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.17	4	0.54	1.66	0.16
	ภายในกลุ่ม	35.33	108	0.32		
	รวม	37.51	112			
เงินลงทุนในกิจการ	ระหว่างกลุ่ม	8.50	3	2.83	10.65	0.00*
	ภายในกลุ่ม	29.00	109	0.26		
	รวม	37.51	112			
รายได้จากการประกอบธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	12.26	3	4.08	17.64	0.00*
	ภายในกลุ่ม	25.25	109	0.23		
	รวม	37.51	112			

\*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ และจำนวนพนักงาน มีค่า P-Value มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ และจำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ที่ไม่แตกต่างกัน และเงินลงทุนในกิจการ กับรายได้จากการประกอบธุรกิจ มีค่า P-Value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน นั่นคือ เงินลงทุนในกิจการ กับรายได้จากการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

4. การศึกษาปัจจัยลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 7 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้านเขตตำแหน่งที่ตั้งกับชุมชนที่ต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

	เขตตำแหน่งที่ตั้ง		t-Value	P-Value
	อยู่ในเขตอำเภอเมือง	ไม่อยู่ในเขตอำเภอเมือง		
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว	3.96	4.26	1.74	0.15

\*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า P-Value เท่ากับ 0.15 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ เขตตำแหน่งที่ตั้งที่แตกต่างกันมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้านตำแหน่งที่ตั้งระยะห่างชุมชนที่ต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

	เขตตำแหน่งที่ตั้งห่างจากชุมชน		t-Value	P-Value
	อยู่ใกล้ชุมชน	ไม่อยู่ใกล้ชุมชน		
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว	3.98	3.80	0.791	0.00*

\*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า P-Value เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน นั่นคือ เขตตำแหน่งที่ตั้งห่างจากชุมชนที่แตกต่างกันมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการด้านจำนวนปี จำนวนพนักงาน เงินลงทุน และรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน

ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	18.03	36	0.50	0.88	0.65
	ภายในกลุ่ม	43.24	76	0.56		
	<b>รวม</b>	<b>61.27</b>	<b>112</b>			
จำนวนพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	49.23	36	1.36	2.78	0.00*
	ภายในกลุ่ม	37.30	76	0.49		
	<b>รวม</b>	<b>86.53</b>	<b>112</b>			
เงินลงทุนในกิจการ	ระหว่างกลุ่ม	110.44	36	3.06	3.769	0.00*
	ภายในกลุ่ม	61.87	76	0.81		
	<b>รวม</b>	<b>172.31</b>	<b>112</b>			
รายได้จากการประกอบธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	121.46	36	3.37	4.87	0.00*
	ภายในกลุ่ม	52.57	76	0.69		
	<b>รวม</b>	<b>174.03</b>	<b>112</b>			

\*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ และจำนวนพนักงาน มีค่า P-Value มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ จำนวนปีในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน และเงินลงทุนในกิจการ จำนวนพนักงานและรายได้จากการประกอบธุรกิจ มีค่า P-Value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน นั่นคือ เงินลงทุนในกิจการ จำนวนพนักงาน และรายได้จากการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

### การอภิปรายผล

1. การศึกษาปัจจัยข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดหนองคาย บึงกาฬ และนครพนม โดยสอบถามกับบรรดาผู้ประกอบการทั้งสิ้น 113 ราย ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด ระดับการศึกษาจะอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจมานานกว่า 6 ปี สถานประกอบการมีจำนวนพนักงานโดยรวมอยู่ที่ 1 – 10 คน เงินลงทุนในกิจการมากกว่า 500,000 บาท รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน (เป็นรายได้ที่ยังไม่หักค่าใช้จ่ายในกิจการ) อยู่ที่ 70,000 บาทขึ้นไป กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวจะอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอยู่ใกล้ชุมชน การประกอบธุรกิจนำเที่ยวต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้เพื่อที่จะได้มีความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับ Kim et al

(2011) กล่าวถึงความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวรายได้เป็นหนึ่งในความต้องการอันแท้จริงในการดำเนินกิจการ สอดคล้องกับ Crouch (1992) กล่าวถึงการท่องเที่ยว หรือการพักผ่อนหย่อนใจเป็นแรงจูงใจเชิงบวกที่มีผลต่อ รายได้จากการท่องเที่ยวในธุรกิจนำเที่ยว สอดคล้องกับ Chang and Chen (2013) กล่าวถึงการค้นคว้าวิจัย เกี่ยวกับพื้นที่ทางการท่องเที่ยวมีผลเชิงบวกที่เกี่ยวข้องพันระหว่างรายได้ของธุรกิจกับจำนวนนักท่องเที่ยว และ สอดคล้องกับ รสมารินทร์ อรุณทัยพิพัฒน์ และพรเทพ ดิษยบุตร (2560) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักปั่นจักรยาน ต้องคำนึงถึง ท่าเลที่ตั้งของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลข่าวสาร และด้านราคาจะมีผลต่อ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการนำเที่ยว ต้องมีองค์ประกอบที่หลากหลายที่ต้องมีการบริหารจัดการ ที่ดี หนึ่งในการบริหารจัดการอันมีความสำคัญก็คือ จำนวนพนักงาน จำนวนพนักงานมีผลต่อการเติบโตของธุรกิจ นำเที่ยว สอดคล้องกับ World Travel (2015) กล่าวถึงการจ้างงานของธุรกิจนำเที่ยวในโลกมีแนวโน้มอัตราที่ เติบโตขึ้น โดยกว่าล้านภาระงานของธุรกิจนำเที่ยวที่ยังคงมีอยู่ สอดคล้องกับ Kim (2014) กล่าวถึงการแพร่ขยาย อย่างรวดเร็วของการจ้างงานในธุรกิจนำเที่ยว และอุตสาหกรรมแรงงานในตลาด ธุรกิจนำเที่ยวก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่ง ที่มีอัตราการหมุนเวียนของพนักงานที่สูงมาก นอกจากนี้แล้วประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวก็เป็นสิ่ง สำคัญต่อการพิจารณาจากนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Huang (2010) และ John and Wong (2001) กล่าวถึง ความเหมาะสมในผลการปฏิบัติการของธุรกิจนำเที่ยว โดยทั้งการบริการของธุรกิจนำเที่ยวและประสบการณ์ของ ธุรกิจนำเที่ยวส่งผลโดยตรงกับผลการปฏิบัติงานของธุรกิจ

2. การศึกษากลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะกระบวนการให้บริการ การ บริหารจัดการ การปรับปรุงการบริการใหม่ และนวัตกรรมการให้บริการ มีผลต่อการบริหารจัดการกับกลยุทธ์การ ให้บริการสมัยใหม่ทั้งสิ้น อีกทั้งผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการ แข่งขันธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจนำเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการดังกล่าวต้องมีการดำเนินการปรับกลยุทธ์ การให้บริการสมัยใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน จะสังเกตได้ว่าภาครัฐก็พยายามส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในปัจจุบันมาก ภาครัฐคอยช่วยเหลือให้ธุรกิจนำเที่ยวพยายามเสริมสร้างกลยุทธ์โดยการนำนวัตกรรมมา ปรับใช้ เพื่อให้เป็นไทยแลนด์ 4.0 ตามที่นโยบายภาครัฐได้ให้ไว้ สอดคล้องกับ Lyck (2002) กล่าวถึงพื้นฐานของ กลยุทธ์ใหม่ และการออกแบบกลยุทธ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่เพียงแค่ปรับปรุงกระบวนการเท่านั้น แต่ต้อง ดำเนินการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการแข่งขันในอนาคตด้วย สอดคล้องกับ Soteriou and Coccossis (2009) กล่าวถึงการดำเนินงานการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน และการวางแผนกลยุทธ์เป็นแนวทางที่จะพิสูจน์ได้ถึง ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาในความยั่งยืนของธุรกิจนำเที่ยว สอดคล้องกับ Medina-Muñoz et al. (2003) กล่าวถึงความสำคัญของนักบริหารจัดการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการควบคุมการดำเนินการของบริษัท เพื่อให้เป็นไป ตามเป้าหมายกลยุทธ์ที่ดีภายในองค์กร ความได้เปรียบทางการแข่งขันในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง

การแข่งขันนับวันยิ่งมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันในภาคธุรกิจนำเที่ยวต่างก็มุ่งที่จะหากกลยุทธ์หรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Borsekova et al (2017) กล่าวถึงศักยภาพที่จะกลับกลายมาเป็นแรงดึงดูดของธุรกิจนำเที่ยว ต้องเป็นศักยภาพที่มีความท้าทาย ทั้งนวัตกรรม ความพิเศษที่แตกต่าง รวมถึงการสร้างความปลอดภัยทางการแข่งขัน โดยเป็นการสร้างจากโอกาสที่ได้รับ ซึ่งเป็นการสร้างช่องทางใหม่ ๆ ในการแข่งขัน สอดคล้องกับ Evans (2015); Contractor et al. (2003) กล่าวถึงความแตกต่างทางการบริการทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ที่พอเพียงในการทำความเข้าใจถึงสิ่งที่ท้าทายในธุรกิจท่องเที่ยว โดยการบริการจะต้องมีความหลากหลาย มีหมวดยุทธศาสตร์ในการให้บริการที่สร้างความแตกต่าง และ สอดคล้องกับ สมจินต์ ชาญกระวี และนรินทร์ สังข์รักษา (2560) กล่าวถึงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งต้องพัฒนาให้บุคลากรมีความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดด้วย

3. การศึกษาลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ จากการศึกษา ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการในเรื่องของตำแหน่งที่ตั้งธุรกิจที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองกับตำแหน่งที่ตั้งห่างจากชุมชนต่างก็ส่งผลต่อกลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่ที่แตกต่างกัน การใช้กลยุทธ์ในเขตเมืองนั้นย่อมต้องใช้กลยุทธ์ที่มีความซับซ้อน มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อให้เกิดการบริการที่ทันสมัย นอกจากนี้แล้วทั้งในเรื่องของเงินลงทุนในกิจการ ก็รายได้ในการประกอบกิจการต่างก็ส่งผลต่อกลยุทธ์ในการให้บริการสมัยใหม่ เงินลงทุนในธุรกิจนำเที่ยวหากมีการนำเงินมาลงทุนมาก ลงทุนทางด้านเทคโนโลยี หรือลงทุนทางด้านนวัตกรรมก็สามารถส่งผลให้กลยุทธ์ในการให้บริการสมัยใหม่ที่ตีความทันสมัยได้ สอดคล้องกับ Muller and Jansson (2007) กล่าวถึงมุมมองทางการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญไปกับการพัฒนาพื้นที่ และเป็นการใช้เครื่องมือในการที่จะเข้าถึงการใช้งานในทรัพยากรของท้องถิ่น โดยต้องมีโครงสร้างทางการลงทุนที่เพียงพอในการสร้างการบริการที่ติดต่อกิจงาน สอดคล้องกับ Banerjee et al (2015) กล่าวถึงการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวมีผลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และมีความสัมพันธ์ไปกับการใช้กลไกการท่องเที่ยวสามารถเพิ่มโอกาสทางการจ้างงาน และลดความยากจนตามแผนได้ ตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจนำเที่ยวก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการวางกลยุทธ์ ตำแหน่งที่ตั้งที่มีความเหมาะสมและอยู่ในเขตชุมชนหรือเขตเมืองสามารถช่วยให้ธุรกิจนำเที่ยวใช้กลยุทธ์ทางการตลาดได้ สอดคล้องกับ Kontogeorgopoulos (2004) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ภูเก็ต จะต้องมีการดำเนินการรับรู้อุปสรรคที่ในการดำเนินธุรกิจ และรับรู้ถึงพื้นที่ใกล้เคียงของแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นกลยุทธ์ในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Fennel (2001) กล่าวถึงการทดสอบตัวแปรที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผลการทดสอบกว่า 62.4% จากนิยามทั้งหมด มีความสัมพันธ์ต่อสถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการอ้างอิงไปที่ซึ่งการสถานที่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีผลต่อการดำเนินงาน

4. การศึกษาลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว การศึกษาถึงเขตตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจนำเที่ยวที่มีความห่างจากชุมชนมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเงินลงทุน จำนวนพนักงาน รายได้จากการประกอบธุรกิจมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวเป็นอีกมาตรการหนึ่งในการช่วยให้ธุรกิจนำเที่ยวประสบความสำเร็จในการดำเนินการ หนึ่งในความได้เปรียบทางการแข่งขันคือการที่มีจำนวนพนักงาน

และมีพนักงานที่มีสมรรถนะที่ดี สอดคล้องกับ Doğan et al. (2013) กล่าวถึงผลการศึกษาค้นคว้าซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดได้ว่าบรรดาลูกค้า พนักงานและผู้จัดการมีความเชื่อมั่นต่อนวัตกรรมที่จะมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโรงแรม ทั้งลูกค้าและพนักงานมีความสัมพันธ์ที่แตกต่างต่อกัน โดยการเปรียบเทียบระหว่างการประเมินผลของพนักงานในโรงแรมและความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ Christie et al. (2013) กล่าวยอมรับว่าการศึกษาและทักษะของแรงงาน หรือพนักงานเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีมาก่อนในการพัฒนาสู่การแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วตำแหน่งที่ตั้งก็มีความสำคัญต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับ Guizzardi and Bernini (2010) กล่าวถึงตำแหน่งที่ตั้งมีอิทธิพลต่อขนาด และเหตุผลของความต้องการในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Broadway (1993) กล่าวถึงองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจในการวางสถานที่ของตำแหน่งธุรกิจนำเที่ยวหรือโรงแรม โดยอธิบายได้ถึงอันดับของการเล่นกีฬา วัฒนธรรม และเชิงพาณิชย์ และการลงทุนรวมถึงเงินลงทุนในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยอันสำคัญที่จะช่วยผู้ประกอบการนำเที่ยวมีการพัฒนาตนเองที่ดี ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อาทิ การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำทางต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน จำเป็นต้องเสริมในนโยบาย หรือแผนในการพัฒนาของผู้ประกอบการนำเที่ยวในอันที่จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งและความยั่งยืนได้

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้สามารถนำแนวทางวิจัยไปสำรวจ หรือวิเคราะห์กับกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวกับกลุ่มอื่น หรือภูมิภาคอื่น เพื่อนำผลที่ได้มาเทียบเคียงกับงานวิจัยนี้ได้
2. การศึกษากลยุทธ์การให้บริการสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยว อาจจะมีตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวอีกมาก ซึ่งสามารถค้นคว้าต่อยอดจากการศึกษาครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560**. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114)
- รสมารินทร์ อรุโณทัยพิพัฒน์ และพรเทพ ดิษยบุตร. (2560). “คุณลักษณะของที่พักแรมที่เป็นมิตรกับจักรยานตามความต้องการของนักปั่นจักรยานทางไกลเพื่อการท่องเที่ยว.” **Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 10(2), 1476-1487.
- สมจินต์ ชาญกระวี และนรินทร์ สังข์รักษา. (2560). “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี.” **Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 10(1), 2410-2425.
- สุดปฐพี เวียงสี. (2559). **ประเทศไทย 4.0 โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจใหม่**. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.sudpatapee.com/index.php/2014-08-15-15-18-27/item/176-4-0>.

### ภาษาต่างประเทศ

- Banerjee, O., Cicowicz, M., and Gachot, S. (2015). “A quantitative framework for assessing public investment in tourism An application to Haiti.” **Tourism Management**, 51, 157-173.
- Borseková K., Vaňová, A., and Katarína, V. (2017). “Smart Specialization for Smart Spatial Development: Innovative Strategies for Building Competitive Advantages in Tourism in Slovakia.” **Socio-Economic Planning Sciences**. 58, 39-50.
- Broadway, M. J. (1993). “Montreal's changing tourist landscape.” **Canadian Journal of Urban Research**, 2(1), 30-48.
- Chang, J. C., & Chen, C. M. (2013). “Macroeconomic fluctuations and temple visitors in Taiwan.” **Annals of Tourism Research**, 41, 219–224.
- Christie, I., Fernandes, E., Messerli, H., & Twining-Ward, L. (2013). “Tourism in africa: Harnessing tourism for growth and improved livelihoods. Washington DC: World Bank.” <http://documents.worldbank.org/curated/en/723511468102894381/Tourism-in-Africa-harnessing-tourism-for-growth-and-improved-livelihoods>.
- Contractor, F. J., Kundu, K. S., & Hsu, C. C. (2003). “A three-stage theory of international expansion: The link between multinationality & performance in the service sector.” **Journal of International Business Studies**, 34(1), 5–18.
- Crouch, G. I. (1992). “Effect of income and price on international tourism.” **Annals of Tourism Research**, 19(4), 643–644.

- Doğan, H., Nebioğlu, O., Aydın, O., and Doğan, I. (2013). "Architectural innovations are competitive advantage for hotels in tourism industry?: What customer, managers and employees think about it?." **Procedia-Social and behavioral Sciences**, 99, 701-710.
- Evans, N. (2015). *Strategic management for tourism, hospitality and events*. Abingdon UK & New York USA: Routledge.
- Fennell D., (2001). "A content analysis of ecotourism definitions." **Current Issues in Tourism** 4(5): 403-421.
- Guizzardi, A., & Bernini, C. (2010). "Internal and locational factors affecting hotel industry efficiency: Evidence from Italian business corporations." **Tourism Economics**, 16(4), 883-913.
- Huang, S., Cathy, H. C., and Chan, A. (2010). "Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai." **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 34(1), 3 – 33.
- John, A., and Wong, k. K. (2001). "Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems." **Tourism Management**, 22(5), 551-563.
- Kim, H. B., Park, J. H., Lee, S. K., & Jang, S. C. (2011). "Do expectations of future income increases outbound tourism? Evidence from Korea." **Tourism Management**, 33, 1141-1147.
- Kim, N. (2014). "Employee turnover intention among newcomers in travel industry." **International Journal of Tourism Research**, 16(1), 56-64.
- Kontogeorgopoulos, N. (2004). "Ecotourism and mass tourism in Southern Thailand: Spatial interdependence, structural connections, and staged authenticity." **GeoJournal**, 61(1), 1-11.
- Lyck, L. (2002). "Changed Context for the Danish Tourism Industry: A Strategic Analysis." **Tourism and Hospitality Research**, 3(4), 311-318.
- Medina-Muñoz, R. D., Medina-Muñoz, D. R., and García-Falcón, J. M. (2003). "Understanding European tour operator' control on accommodation companies: an empirical evidence." **Tourism Management**, 24(2), 135-147.
- Muller, D. K., & Jansson, B. (2007). "The difficult business of making pleasure peripheries prosperous: perspective on space, place and environment." In D. K. Muller, & B. Jansson (Eds.). **Tourism in peripheries. perspectives from the far north and south**. CAB International.



Soteriou, E. C., and Coccossis, H. (2009). “Integrating Sustainability into the Strategic Planning of National Tourism Organizations.” **Journal of Travel Research**, 49(2), 191-205.

World Travel & Tourism Council. (2015). Travel and tourism economic impact 2015: World. London. Retrieved from [https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic\\_impact\\_research/regional\\_2015/world2015.pdf](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic_impact_research/regional_2015/world2015.pdf)

Yamane, Toro. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. 3rd ed. Tokyo : Harper International Edition.