

การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย*

The Competency Development In Tourism Management Of Entrepreneurs In Thailand

อัครารวรรณ เพ็ญวันศุกร์ (Atcharawan Phenwansuk)**

นำชัย ทนุผล (Numchai Thanupol)***

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ 2) วิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานของปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่ส่งผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว 3) เปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่าง การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาเป็นการสุ่มแบบมีระบบ จากตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ได้แก่ บริษัทจำกัด จำนวน 154 ราย ห้างหุ้นส่วน 26 ราย และเจ้าของคนเดียว จำนวน 191 ราย รวมทั้งสิ้น 371 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ แต่เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละรูปแบบธุรกิจแล้วพบว่า มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกัน อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงาน รายได้สุทธิ และสาขาที่จดทะเบียนธุรกิจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่ต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บุคลิกภาพ การสนใจ การรับรู้ความสามารถในตนเอง ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม การมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรม องค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การมีความแตกต่างกัน ยกเว้นด้านความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรปีการศึกษา 2558 เรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

This article is part of the study for the Doctor of Philosophy Program in Management, Faculty of Management Science Silpakorn University, Academic year 2015 on The Competency Development in Tourism Management of Entrepreneurs in Thailand.

** นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทรศัพท์ 095-809-1414,

e-mail:atcharawan_mam@hotmail.com Ph.D., Student, Program in Management, Silpakorn University

*** ศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Prof. Numchai Thanupol, Ph.D. Faculty of Management Science, Thesis Advisor.

ธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) พบว่า มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่มี ความแตกต่าง ซึ่งเห็นได้ว่า รูปแบบธุรกิจดังกล่าวนี้เป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น แต่ความ แตกต่างขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ภายในองค์กรเท่านั้น

คำสำคัญ: ขีดความสามารถ การจัดการธุรกิจนำเที่ยว

Abstract

There are three main objectives in this research.1) to study the tourism management competency of entrepreneurs. 2) to analyze the difference between personal attributes, tourism features, and behavior recognition for creating works of individual, group and organization which affects the difference of entrepreneurs' tourism management competency. 3) to compare the tourism management competency of entrepreneurs who has different types of business models. This research conducted a survey using systematic random sampling of 371 entrepreneurs. This research found that the tourism entrepreneurs in this study had high levels of tourism management competency however the average was different for each business models. This was because there was a statistically significant difference in positions, experiences, net income and registered branches of entrepreneurs. The entrepreneurs who has behavior recognition for creating works of individual, group and organization also has statistically significant difference in tourism management competency. In addition, it was found that there was no statistical difference in tourism management competency between each type of tourism entrepreneurs' business models Finally, it can be concluded that the difference of each business models is defined by management method not by law.

Keywords: Competency, Tourism Management

บทนำ

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน และการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ก่อให้เกิดการเติบโตของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก จนทำให้เกิดเป็นภาคธุรกิจขนาดใหญ่ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556: 19) ในแง่ของการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) การกระจายรายได้ การจ้างงาน และการลงทุนของประเทศ (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550: 41) โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ.2014 ได้ระบุสถิติของภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 9.0:GDP และมีการจ้างงานทั้งหมดถึงร้อยละ 6.6 นับเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้ามากในด้านการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่กำลังพัฒนาใน

ประเทศอื่น โดยเฉพาะเมื่อวัดทางด้านรายได้จากการท่องเที่ยว ในระหว่างปี พ.ศ. 2551-2556 มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีในสัดส่วนรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย แต่มาในปี พ.ศ.2557 สถานการณ์การท่องเที่ยวมีทิศทางชะลอตัวทั้งทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ หดตัวถึงร้อยละ 6.66 และรายได้จากการท่องเที่ยว หดตัวถึงร้อยละ 4.93 สาเหตุจากความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจโลก และปัญหาความไม่สงบทางการเมืองตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 จนต่อเนื่องถึงปัจจุบันส่งผลกระทบต่อภาคการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554:8) อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางเน้นท่องเที่ยวระยะใกล้และใช้เวลาเดินทางสั้นลง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557:5) การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ และความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม จากปัญหาดังกล่าวย่อมต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคธุรกิจร่วมกันให้เกิดการพัฒนาและมีมาตรฐาน (นิภา วธานิชกุล, 2547:11) ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการให้สามารถขยายตัวต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง สามารถเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศ ซึ่งเหมือนประเทศที่พัฒนาแล้วใช้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ผ่านมา (กรุงเทพธุรกิจ, 2556:ออนไลน์) และเมื่อหลายๆ ประเทศให้ความสำคัญ และตระหนักถึงการเปลี่ยนกระบวนทัศน์มาเป็นการสร้างคุณค่าด้วยการบริการแล้ว จึงเกิดข้อตกลงการเปิดเสรีการค้าบริการระหว่างประเทศขึ้น คือการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและในระดับสากล ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้แข่งขันธุรกิจเฉพาะใน 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนเท่านั้น แต่ยังมีกลุ่มนอกอาเซียน เช่น ยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ที่สามารถเข้ามาลงทุนโดยใช้สิทธิจากกรอบความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เช่นกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554:ออนไลน์) โดยผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นส่วนสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศไทย ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนด้านธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย ให้ก้าวเข้าสู่การดำเนินธุรกิจในกลุ่มอาเซียนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์กร ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยว
3. เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานสำหรับการวิจัย เพื่อการทดสอบคือ ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจน่าเที่ยว การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล (บุคลิกภาพ การตั้งใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง), การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ระดับองค์การ (มุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การ) และมีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจน่าเที่ยวที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย ประกอบด้วย การพัฒนาทุนมนุษย์ ผู้ประกอบการ การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ และขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ได้แก่ ผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร

2) ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้จำแนกพื้นที่เพื่อให้สอดคล้องกับคำถามการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนจากสำนักทะเบียนธุรกิจน่าเที่ยวและมัคคุเทศก์จนถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 จำนวน 386 ราย

3) ขอบเขตด้านประชากร และจำนวนตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจน่าเที่ยวจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 9,269 แห่ง ที่จดทะเบียนจากสำนักทะเบียนธุรกิจน่าเที่ยวและมัคคุเทศก์จนถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (systematic sampling) สำหรับจำนวนตัวอย่างคิดคำนวณตามสูตรของทาร์ ยามาเน่ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551:45) ในระดับความเชื่อมั่น 0.95 จำแนกรูปแบบธุรกิจ ได้แก่ บริษัทจำกัด 154 ราย ห้างหุ้นส่วน 28 ราย และเจ้าของคนเดียว 204 ราย รวมทั้งสิ้น 386 ราย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีนักวิชาการและหน่วยงานต่างๆ ที่ศึกษาในมุมมองที่หลากหลาย ดังที่พอร์เตอร์ (Porter, 1980:396) ได้นำเสนอแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Diamond Model) เป็นแนวคิดที่สามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรมอันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ในขณะเดียวกันพอล (Paul.C, 2003:9) และกรอนรูซ (Gronroos, 2000:286) พบว่า ปัจจัยสำคัญของการสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกนั้นคือ การบริการ เนื่องจากการค้าในตลาดโลกเปลี่ยนแนวคิดจากมุ่งเน้นที่ผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว ไปเน้นความสำคัญที่ความต้องการของลูกค้า และการให้บริการ ฉะนั้นการบริการจึงเป็นการสร้างคุณค่าที่สามารถประเมินความสำเร็จของบริษัทในระดับสากลได้เช่นกัน ส่วนมอนครีฟ และคณะ (Moncrief et al, 1999:329-332) ระบุอีกว่าสิ่งที่เป็นหัวใจในการปรับปรุง

ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการคือ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับวิธีการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการตลาด จากการศึกษาทฤษฎีพื้นฐานดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษา 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. **ด้านผู้นำระดับสากล** ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวคิดของนักวิชาการ สามารถสรุปตัวแปรในการศึกษาผู้นำระดับสากล จำแนกเป็น 3 ด้านประกอบด้วย การตระหนักรู้ตนเอง (Schein, 1978:49-49), (Goleman,1998:93) ข้อตกลงในการเปลี่ยนแปลงตนเอง (Brake, 1997:41) และความสนใจใฝ่รู้ (Gregersen et al, 1998:21), (Rhinesmith, 1996:79)

2. **ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ** ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดของดอดด์(Dodd, 1987: 3-12) ได้จำแนกเป็น 3 ตัวแปรคือ 1) การรับรู้ ประกอบด้วย ความยืดหยุ่นในด้านการรับรู้ และการให้ความสำคัญกับเป้าหมาย 2) ด้านอารมณ์ ประกอบด้วย การยอมรับในความแตกต่าง ความอดทนกับความไม่แน่นอน และการเอาใจใส่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม 3) ด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย ด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทักษะการจัดการทางด้านอารมณ์ และทักษะการบริหารความขัดแย้ง

3. **ด้านการจัดการฐานทรัพยากร** ปัจจัยการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่นำมาซึ่งความสำเร็จแบบยั่งยืน โดยมีคุณสมบัติดังนี้ ทรัพยากรที่มีคุณค่า ความหายากของทรัพยากร ความยากต่อการเลียนแบบ และความยากที่จะทดแทน ความไม่มีทรัพยากรหรือความสามารถขององค์การใดที่จะมาทดแทน (Dess,Lumpkin & Eisner, 2007:94), (Mahoney & Pandian,1992:371-373), (Barney, 1991: 105-112) จากแนวคิดที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ศึกษาการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย และกำหนดสมมุติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) คุณลักษณะส่วนบุคคล การวิจัยนี้ได้แบ่งตัวแปร ได้แก่ เพศ (ชาย หญิง) อายุ (อายุน้อยกว่า และเท่ากับ 37 ปี อายุมากกว่า 37 ปี) ระดับการศึกษา (ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี) ตำแหน่งหน้าที่ (ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง เจ้าของกิจการ) และประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน (ประสบการณ์น้อยกว่าและเท่ากับ 7 ปี ประสบการณ์มากกว่า 7 ปี)

2) ลักษณะของธุรกิจนำเข้า ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปร ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน เจ้าของคนเดียว) เงินทุนจดทะเบียนธุรกิจ (เงินทุนต่ำกว่าและเท่ากับ 5 ล้านบาท เงินทุนมากกว่า 5 ล้านบาท) รายได้สุทธิ (รายได้ต่ำกว่าและเท่ากับ 1 ล้านบาท รายได้มากกว่า 1 ล้านบาท) สาขาจดทะเบียนธุรกิจ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง) ประเภทธุรกิจนำเข้า (นำเข้าต่างประเทศ นำเข้าไทยเข้าประเทศ นำเข้าภายในประเทศ นำเข้าเฉพาะพื้นที่) และจำนวนพนักงานประจำ (พนักงานน้อยกว่าและเท่ากับ 15 ราย พนักงานมากกว่า 15 ราย)

3) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังนี้ 1) ด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ แบบหัวนโหว แบบแสดงออก แบบเปิดรับประสบการณ์ แบบเห็นพ้อง และแบบมีจิตสำนึก (Robert & Paul, 2004:587) 2) ด้านการจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า นโยบายขององค์การ การบริหารงาน, ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพการทำงาน ความมั่นคงในงาน เงินเดือน และสถานภาพ (Herzberg, 1987:9) 3) ด้านการรับรู้

ความสามารถในตนเอง ได้แก่ ระดับหรือปริมาณความยาก ความเข้มหรือความมั่นใจ และการแผ่ขยาย (Bandura, 1977:84-85)

4) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังนี้ 1) ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ได้แก่ การเอาชนะ การยอมตาม การหลีกเลี่ยง การให้ความร่วมมือ และการประนีประนอม (Thomas, 1976:900) 2) ด้านประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม ได้แก่ มีความชัดเจนของวัตถุประสงค์ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ความเห็นพ้องต้องกันมีการสื่อสารที่เปิดเผย และบทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน (Woodcock & Francis, 1994:1), (Parker, 1990:1)

5) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานขององค์การ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังนี้ 1) ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ได้แก่ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ วิสัยทัศน์ร่วม การเปิดใจ และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์การ (Hurley, et.al, 1998:42), (Calantone, et.al, 2002:515) 2) ด้านวัฒนธรรมองค์การ ได้แก่ วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม วัฒนธรรมเน้นการปรับตัวเพื่อพัฒนา วัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน และวัฒนธรรมเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ (Cameron & Quinn, 1999:47) 3) ด้านนวัตกรรมองค์การ ได้แก่ การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้ (ศุภางค์ นันทา, 2555:บทคัดย่อ) 4) ด้านเครือข่ายองค์การ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนทรัพยากรพิเศษ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน การบูรณาการองค์ความรู้ การส่งเสริมแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกัน และความเข้มแข็งของเครือข่าย (ผลิน ภูจุญ, 2546:266-267) 5) สภาพแวดล้อมขององค์การ ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน ด้านบทบาทของภาครัฐ และบทบาทของโอกาส (Porter, 1980:117-265)

วิธีการวิจัย

ประชากรและจำนวนตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 9,269 รายจากทุกภูมิภาคในประเทศไทย โดยจำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว และเนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดี และมีขนาดใหญ่พอจึงกำหนดขนาดจำนวนตัวอย่าง โดยใช้หลักการคำนวณของทาโร ยามาเน่ ที่แสดงขนาดจำนวนตัวอย่างในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 386 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลและการทดสอบคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาสาระ และความสอดคล้องจากการทบทวนวรรณกรรมตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้กำหนดขึ้น เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว

ตอนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ

ตอนที่ 4 ซัดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลที่ได้นำไปทดสอบความตรง (validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (index of item-objective congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมืองานวิจัยครั้งนี้ คือ 0.60-1.00 หลังจากนั้นผู้วิจัยนำไปทดลองใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ที่ไม่ใช่ตัวอย่าง แต่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความเที่ยง (reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient, 1978) ผลการทดสอบพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.97 ถือได้ว่ามีความเที่ยงในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 386 ชุด (มกราคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2557) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่งกลับคืนมายังผู้วิจัย และได้ตรวจสอบถูกต้องและสมบูรณ์ในเนื้อหาของแบบสอบถามแต่ละชุดจำนวน 371 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.61 ของจำนวนผู้ให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์จากแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มากำหนดรหัส จัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับบุคคล กลุ่ม องค์กร และขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ซึ่งได้จำแนกไว้ 3 รูปแบบธุรกิจ คือ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว โดยใช้การ การวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม (f-test) เพื่อให้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบกับการบรรยายหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการดำเนินงานวิจัยในขั้นตอนนี้เพื่อหาคำตอบเชิงประจักษ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. **ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ** ผลการวิจัยในตารางที่ 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นว่ามีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย=1.96) นั้นหมายถึง การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจ แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นว่ามีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวด้านผู้นำระดับสากลสูงกว่าด้านอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจาก การสร้างสรรคงานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย และเปิดใจยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่นเพื่อนำมาปรับปรุงตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจ ในขณะที่แต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัด (ค่าเฉลี่ย=1.97) ห้างหุ้นส่วน (ค่าเฉลี่ย=2.00) และเจ้าของคนเดียว (ค่าเฉลี่ย=1.95) มีความคิดเห็นว่ามีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจ ต้องการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสามารถขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่รอดด้วยการบริหารงานที่ชัดเจน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถในการ จัดการธุรกิจนำเที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของ คนเดียว		รวม		ระดับ ความ คิด เห็น
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	
ผู้นำระดับสากล(n=368)*	1.99	0.20	2.09	0.53	1.97	0.30	1.99	0.88	ต่ำ
การจัดการวัฒนธรรม ระหว่างชาติ (n=371)	1.96	0.27	1.97	0.11	1.94	0.31	1.95	0.28	ต่ำ
ด้านการจัดการฐาน ทรัพยากร (n=371)	1.97	0.15	1.96	0.13	1.95	0.29	1.96	0.23	ต่ำ
รวม	1.97	0.20	2.00	0.25	1.95	0.30	1.96	0.46	ต่ำ

หมายเหตุ : * ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่ามีความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนอีก 3 ราย คือ ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าไม่มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ค่าคะแนนเฉลี่ย

หมายถึงถึง

3.50 - 5.00 มีความคิดเห็นว่ามีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูง

2.50 - 3.49 มีความคิดเห็นว่ามีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับปานกลาง

1.00 - 2.49 มีความคิดเห็นว่ามีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ

2. ลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิจัยในตารางที่ 2 พบว่า คุณลักษณะบุคคลของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่

เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุเท่ากับและน้อยกว่า 37 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวและบริการ โดยมีตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง อีกทั้งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสอดคล้องกับ
คณะที่สำเร็จการศึกษา แต่ค่อนข้างมีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันน้อยกว่าและเท่ากับ 7 ปี อีกทั้ง
ยังไม่เคยมีประสบการณ์ทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและรูปแบบ
ธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ คุณลักษณะ ส่วนบุคคล	บริษัทจำกัด (n= 154)		ห้างหุ้นส่วน (n= 26)		เจ้าของคนเดียว (n= 191)		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ								
-หญิง	54	35.06	9	34.62	73	38.22	136	36.66
-ชาย	100	64.94	17	65.38	118	61.78	235	63.34
2. อายุ								
-น้อยกว่าและ เท่ากับ 37 ปี	75	48.70	9	34.62	110	57.59	194	52.30
-มากกว่า 37 ปี	79	51.30	17	65.38	81	42.41	177	47.70

3. ระดับการศึกษา								
-ต่ำกว่าปริญญาตรี	14	9.10	6	23.08	28	14.66	48	12.94
-ปริญญาตรี	106	68.83	16	61.54	146	76.44	268	72.23
-สูงกว่าปริญญาตรี	34	22.08	4	15.38	17	8.90	55	14.82
4. คณะที่สำเร็จการศึกษา								
* ไม่ได้ระบุคณะฯ	23	14.93	3	11.54	43	22.51	69	18.60
* ระบุคณะฯ	131	85.07	23	88.46	148	77.49	302	81.40
-อุตสาหกรรม	48	36.64	11	47.83	96	64.86	155	51.32
-ศิลปกรรม								
-บริหารธุรกิจ	58	44.28	7	30.43	37	25	102	33.77
-ศึกษาศาสตร์	-	-	-	-	1	0.68	1	0.33

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ คุณลักษณะ ส่วนบุคคล	บริษัทจำกัด (n= 154)		ห้างหุ้นส่วน (n= 26)		เจ้าของคนเดียว (n= 191)		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
-มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	19	14.50	4	17.39	10	6.76	33	10.93
-วิทยาศาสตร์และ สิ่งแวดล้อม	3	2.29	1	4.35	2	1.35	6	1.99
-วิศวกรรม	3	2.29	-	-	2	1.35	5	1.66
5. ตำแหน่งหน้าที่								
-ผู้บริหารระดับสูง	112	72.73	18	69.23	19	9.95	149	40.16
-ผู้บริหารระดับ กลาง	42	27.27	8	30.77	74	38.74	124	33.42
-เจ้าของกิจการ	-	-	-	-	98	51.31	98	26.42
6. ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน								
-น้อยกว่าและ เท่ากับ 7 ปี	84	54.55	9	34.62	136	71.20	229	61.72
-มากกว่า 7 ปี	70	45.45	17	65.38	55	28.80	142	38.28
7. เคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อน								
-ไม่มี	73	47.40	8	19.23	108	56.54	189	50.94
-มี	81	52.60	18	69.23	83	43.46	182	49.06

3. ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยในตารางที่ 3 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีเงินทุนจดทะเบียนธุรกิจต่ำกว่าและเท่ากับ 5 ล้านบาท ซึ่งจดทะเบียนในสำนักทำเป็นธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคกลางเป็นส่วนใหญ่ อาจเนื่องมาจาก มีเขตความรับผิดชอบมากที่สุดถึง 28 จังหวัด นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังมีรายได้สุทธิต่ำกว่าและเท่ากับ 1 ล้านบาท ซึ่งลดลงอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา อาจเนื่องมาจากสถานการณ์บ้านเมือง ผ่นวกกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย กลายเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องลดค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวลง อีกทั้งธุรกิจนี้จัดอยู่ในประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีสินทรัพย์ค่อนข้างจำกัด จึงทำให้มีอัตราการจ้างงานพนักงานประจำค่อนข้างน้อยกว่าและเท่ากับ 15 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างพนักงานแบบชั่วคราว เช่น มัคคุเทศก์ ผู้ช่วยมัคคุเทศก์ หัวหน้าทัวร์ และคนขับรถ เป็นต้น เนื่องจากไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนการจ้างงาน แม้แต่สิทธิประโยชน์หรือสวัสดิการต่างๆ เช่น โบนัส ค่ารักษาพยาบาล หรือค่าอาหาร ฯลฯ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามลักษณะธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ลักษณะ	บริษัทจำกัด (n= 154)		ห้างหุ้นส่วน (n= 26)		เจ้าของคนเดียว (n= 191)		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เงินทุนจดทะเบียนธุรกิจ								
* ไม่ได้ระบุเงินทุนฯ	1	0.65	-	-	-	-	1	0.27
* ระบุเงินทุนฯ	153	99.35	26	100	191	100	370	99.73
-ต่ำกว่าและเท่ากับ 5 ล้านบาท	109	71.20	25	96.15	185	96.86	319	86.22
-มากกว่า 5 ล้านบาท	44	28.80	1	3.85	6	3.14	51	13.78
2. รายได้สุทธิ								
* ไม่ได้ระบุรายได้สุทธิ	31	20.13	5	19.23	61	31.94	97	26.15
* ระบุรายได้สุทธิ	123	79.87	21	80.77	130	68.06	274	73.85
-ต่ำกว่าและเท่ากับ 1 ล้านบาท	131	85.10	24	92.30	185	96.86	340	91.64
-มากกว่า 1 ล้านบาท	23	14.90	2	7.70	6	3.14	31	8.36
3. สาขาจดทะเบียนธุรกิจ								
-ตะวันออกเฉียงเหนือ	5	3.25	-	-	13	6.81	18	4.85
-เหนือ	22	14.28	8	30.77	45	23.56	75	20.22
-ใต้	18	11.69	7	26.92	44	23.04	69	18.60
-กลาง	109	70.78	11	42.31	89	46.59	209	56.33

4. ประเภทธุรกิจนำเข้า								
-นำเข้าต่างประเทศ	84	54.55	6	23.08	45	23.56	135	36.39
-นำเข้าเข้าประเทศ	45	29.22	9	34.61	53	27.75	107	28.84
-นำเข้าในประเทศ	17	11.04	3	11.54	61	31.94	81	21.83
-นำเข้าเฉพาะพื้นที่	8	5.19	8	30.77	32	16.75	48	12.94
5. จำนวนพนักงานประจำ								
-น้อยกว่าและเท่ากับ 15 ราย	114	74.03	24	92.31	182	95.29	320	86.25
-มากกว่า 15 ราย	40	25.97	2	7.69	9	4.71	51	13.75

4. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ผลการวิจัยในตารางที่ 4 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานในระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และระดับองค์การอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.74) โดยเฉพาะในรูปแบบบริษัทจำกัดรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย=4.11) ซึ่งรูปแบบนี้มีลักษณะเฉพาะตัวนั่นก็คือ ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับของสาธารณชน อันจะส่งผลต่อการสร้างผลงานให้ประสบความสำเร็จ แต่เมื่อพิจารณาตามรายด้านคือ ด้านบุคลิกภาพ การตั้งใจ การรับรู้ความสามารถในตนเอง ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม การมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ และเครือข่ายองค์การ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และสภาพแวดล้อมองค์การ ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น เนื่องจากธุรกิจนำเข้าที่เวลานั้นมีจำนวนพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ความขัดแย้งระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อีกทั้งการเข้ามามีบทบาทของภาครัฐที่มีการพัฒนางานและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ปรับตัวไม่ทันกับสถานการณ์ ผู้ให้ข้อมูลจึงรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานได้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละรูปแบบธุรกิจ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบธุรกิจ (บริษัท จำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานทุกระดับอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบเจ้าของคนเดียวที่รับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มเพียงระดับปานกลางเท่านั้น อาจเนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดเล็ก และผู้ให้ข้อมูลต้องควบคุมการดำเนินการเองได้ทั้งหมด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การขอ
ผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ การรับรู้ในพฤติกรรม การสร้างผลงาน	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของ คนเดียว		รวม		ระดับ การ รับรู้
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	
ระดับปัจเจกบุคคล (n=368)*	4.11	0.42	4.08	0.43	3.92	0.43	4.01	0.52	มาก
ระดับกลุ่ม (n=342)*	3.52	0.44	3.66	0.39	3.49	0.41	3.52	0.53	มาก
ระดับองค์การ (n=366)*	3.71	0.48	3.73	0.42	3.66	0.46	3.69	0.62	มาก
รวม	3.78	0.39	3.83	0.36	3.69	0.37	3.74	0.38	มาก

หมายเหตุ : * ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่ามีความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัว

ส่วนที่เหลือ คือ ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าไม่มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัว

ผลการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1. **คุณลักษณะส่วนบุคคล** จากผลการวิจัยในตารางที่ 5 ที่ใช้สถิติ t-test และ f-test ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=4.60:p=0.01$ และ $t=2.81:p=0.00$ ตามลำดับ) แต่เมื่อพิจารณาจากรายละเอียดพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 7 ปี มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัวสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อย และผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่อื่น ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และการเคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจส่วนตัวมาก่อน ผลการวิจัย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นั่นหมายถึง ปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 5 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัวอันเนื่องมาจากความแตกต่างใน
คุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจส่วนตัว			
	$\bar{x}$	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
1. เพศ (n=371)				
- ชาย	4.00	0.48	1.25	0.21
- หญิง	4.06	0.47		
2. อายุ (n=371)				
- น้อยกว่าและเท่ากับ 37 ปี	4.03	0.44	0.24	0.80
- มากกว่า 37 ปี	4.01	0.52		

3. ระดับการศึกษา (n=371)				
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.93	0.53		
- ปริญญาตรี	4.02	0.47	1.94	0.14
- สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	0.50		
4. ตำแหน่งหน้าที่ (n=371)				
- ผู้บริหารระดับสูง	4.11	0.48		
- ผู้บริหารระดับกลาง	3.98	0.46	4.60	0.01*
- เจ้าของกิจการ	3.93	0.49		
5. ประสบการณ์การทำงาน (n=371)				
- น้อยกว่าและเท่ากับ 7 ปี	3.96	0.46	2.81	0.00*
- มากกว่า 7 ปี	4.11	0.50		
6. เคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อน (n=371)				
- ไม่มีประสบการณ์ (n=189)	4.01	0.50	0.30	0.75
- มีประสบการณ์ (n=182)	4.03	0.45		

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) **ด้านลักษณะธุรกิจนำเที่ยว** จากผลการวิจัยในตารางที่ 6 ที่ใช้สถิติ t-test และ f-test ทดสอบสมมติฐาน พบว่า พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิ และสาขาจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=-2.46;p=0.01$) และ $t=7.64;p=0.00$ ตามลำดับ) แต่เมื่อพิจารณาจากรายละเอียดพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิมากกว่า 1 ล้านบาท และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิต่ำกว่าและเท่ากับ 1 ล้านบาท และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาอื่น ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลมีเงินทุนจดทะเบียนธุรกิจประเภทธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนพนักงานประจำ ผลการวิจัย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นั่นหมายถึง ปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 6 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าอันเนื่องมาจากความแตกต่างในลักษณะของธุรกิจนำเข้า

ลักษณะของธุรกิจนำเข้า	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้า			
	$\bar{x}$	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
1. เงินทุนจดทะเบียนธุรกิจ (n=370)**				
- ต่ำกว่าและเท่ากับ 5 ล้านบาท	4.00	0.48	1.74	0.08
- มากกว่า 5 ล้านบาท	4.12	0.45		
2. รายได้สุทธิ (n=371)				
- ต่ำกว่าและเท่ากับ 1 ล้านบาท	4.00	0.48	2.46	0.01*
- มากกว่า 1 ล้านบาท	4.22	0.47		
3. สาขาจดทะเบียนธุรกิจ (n= 371)				
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.18	0.45	7.64	0.00*
- ภาคเหนือ	4.15	0.45		
- ภาคใต้	3.80	0.51		
- ภาคกลาง	4.03	0.46		
4. ประเภทธุรกิจนำเข้า (n= 371)				
- นำเข้าต่างประเทศ	4.07	0.48	0.79	0.49
- นำเข้าประเทศ	3.98	0.49		
- นำเข้าภายในประเทศ	4.02	0.42		
- นำเข้าเฉพาะพื้นที่	3.98	0.53		
5. จำนวนพนักงานประจำ (n= 371)				
- น้อยกว่าและเท่ากับ 15 ราย	4.02	0.48	-0.39	0.69
- มากกว่า 15 ราย	4.04	0.46		

หมายเหตุ : ** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุเงินทุนจดทะเบียนธุรกิจมีเพียง 370 ราย ส่วนอีก 1 ราย คือ ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้ระบุเงินทุนจดทะเบียนธุรกิจ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน จากผลการวิจัยในตารางที่ 7 ที่ใช้สถิติ t-test ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน (n=349 ประกอบด้วย ระดับปานกลาง n=237 ระดับมาก n=112) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (t=20.26;p=0.00) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการรับรู้ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล (n=368 ประกอบด้วย ระดับปานกลาง n=179 ระดับมาก

n=189) ระดับกลุ่ม (n=342 ประกอบด้วย ระดับปานกลาง n=294 ระดับมาก n=48) และระดับองค์การ (n=337 ประกอบด้วย ระดับปานกลาง n=239 ระดับมาก n=98) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=7.78;p=0.00$, $t=5.53;p=0.00$ และ $t=8.85;p=0.00$ ตามลำดับ) ซึ่งได้ชี้ให้เห็นบทบาทสำคัญในความเป็นองค์การที่ต้องอาศัยความพึงเจกบุคคลของผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ใช้การโน้มน้าว จูงใจ และอิทธิพลในการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่ม ให้ทำงานกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่เป้าหมายการทำงานนั้นให้สำเร็จลุล่วง และสามารถนำองค์การและสังคมเจริญก้าวหน้า

ตารางที่ 7 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างด้าน การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ

การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ระดับปัจเจกบุคคล	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	$\bar{x}$	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
ระดับปัจเจกบุคคล (n= 368)**				
- ปานกลาง (n=179)	3.60	0.41	7.78	0.00*
- มาก (n=189)	4.08	0.41		
ระดับกลุ่ม (n=342)**				
- ปานกลาง (n=294)	3.22	0.43	5.53	0.00*
- มาก (n=48)	3.56	0.40		
ระดับองค์กร (n=337)**				
- ปานกลาง (n=239)	3.20	0.40	8.85	0.00*
- มาก (n=98)	3.77	0.43		
รวม (n=349)**				
- ปานกลาง (n=237)	3.34	0.34	20.16	0.00*
- มาก (n=112)	3.80	0.36		

หมายเหตุ : ** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่ามีความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ส่วนที่เหลือ คือ ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่มีความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน จากผลการวิจัยในตารางที่ 8 ที่ใช้สถิติ f-test ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=0.43;p=0.48$) ทั้งนี้เนื่องจากการได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 8 ราย (บริษัทจำกัด 3 ราย ห้างหุ้นส่วน 2 ราย และเจ้าของคนเดียว 3 ราย)

ให้ความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ารูปแบบธุรกิจดังกล่าวเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น ดังนั้นความแตกต่างจะขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ภายในองค์กร

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจด้านขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

รูปแบบธุรกิจ	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	$\bar{x}$	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
บริษัทจำกัด (n=154)	2.90	0.31	0.73	0.48
ห้างหุ้นส่วน (n=26)	2.85	0.36		
เจ้าของคนเดียว (n=191)	2.85	0.41		

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง และมีประสบการณ์การทำงานมาก ย่อมมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อย และผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่อื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของไคส์เกร็กเกอร์ (Krieger, 2001:694) ได้กล่าวว่า การกำหนดชนชั้นทางสังคมหรือตำแหน่งทางเศรษฐกิจของสังคมเป็นตัวกำหนดสำคัญที่ทำให้คนในสังคมมีความแตกต่างกัน ยกเว้นผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และการมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การพบว่า ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และไม่ปฏิบัติตามงานวิจัยเชิงประจักษ์ของพิภพ วังเงิน, (2547,49) ที่พบว่า ลักษณะโครงสร้างของเพศกับการทำงานมีความแตกต่างกันในเรื่องการปรับตัวทางสังคม ซึ่งคุณลักษณะบางอย่างของเพศชาย และเพศหญิงที่ต่างกันส่งผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกัน และยังระบุอีกว่า คนยิ่งอายุมากขึ้นในช่วงสูงอายุ ผลงานจะยิ่งลดลง ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากประสบการณ์ที่ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533:112) ในขณะเดียวกัน โอ๊คและรอซซี (Oakes & Rossi, 2003:769) พบว่า คนที่มีระดับการศึกษาสูงย่อมมีโอกาสมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยในการเลือกประกอบอาชีพที่ได้รับรายได้สูง

ส่วนผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้สุทธิ และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาที่แตกต่างกันมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันนั้นสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, (2529:312) ระบุว่า รายได้ เป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนภาพที่ต่างกัน ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน ยกเว้นผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจนำเที่ยว ทุนจดทะเบียนธุรกิจ และจำนวนพนักงานประจำไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, (2549:18) ที่ระบุว่า ลักษณะธุรกิจนำเที่ยวสามารถดำเนินงานได้หลายวิธีด้วยกัน ซึ่งส่งผลให้ประเภทการจ้ดนำเที่ยวในปัจจุบันมีความหลากหลายตามไปด้วย แต่ขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการ (ศิริฤทธิ์ และสุชาติ, 2558:566)

สำหรับผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกันมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ต่างกัน มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของศิริพร ประโยค, (2542:บทคัดย่อ) กล่าวว่า บุคลิกภาพมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน อีกทั้งณิรพัฒน์ แผ่นทอง, (2548:13) พบว่า ผลของแรงจูงใจอันเกิดจากการตอบสนองความต้องการของพนักงาน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน ในขณะที่ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของณัชชามน แสงสุข, (2550:บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมมีการรับรู้ความสามารถในตนเองสามารถบริหารจัดการและสร้างความสำเร็จในอาชีพได้ในระดับสูง

ส่วนผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มที่ต่างกันมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ต่างกัันนั้นพบว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของไมเคิล และคณะ (Micheal et al, 1990:6) ที่ระบุว่า การสร้างความสัมพันธ์ของการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกันเพิ่มขึ้น ส่งผลในทางบวกให้กับผู้ประกอบการ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสัมมนา สีนุ้ย, (2553:บทคัดย่อ) พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมสามารถนำมาวางแผนและปรับปรุงพัฒนาองค์การให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

สำหรับผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การที่ต่างกันมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ต่างกัันนั้น มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของคาลันโตน และคณะ (Calantone et al, 2002:515) ระบุว่า องค์การร่วมสมัยจำเป็นต้องมีการมุ่งเน้นการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีผลกระทบไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ ส่วนในด้านวัฒนธรรมองค์การ สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุภัทราภรณ์ สุโข, (2548:บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์การในการดำเนินกิจการที่จะช่วยวางแผนและพัฒนาให้มีการเจริญเติบโตได้ อีกทั้งในด้านนวัตกรรมองค์การ สอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภางค์ นันทา, (2555:บทคัดย่อ) พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการบริหารงาน โดยเน้นให้องค์การมีการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการส่วนด้านเครือข่ายองค์การ สอดคล้องกับผลการวิจัยของนฤมล คงทน, (2549:1) ระบุว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันคือ ขาดการเชื่อมโยงและรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ในการสร้างเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และในด้านสภาพแวดล้อมขององค์การ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเกรวาล และทานชูอัง (Grewal & Tansuhaj, 2001:76) พบว่า แนวความคิดด้านการตลาดเป็นผลสะท้อนให้้องค์การต้องหันมาเรียนรู้สภาพแวดล้อมองค์การ เพราะสามารถช่วยในการปรับตัว แก้ปัญหาเชิงรุกในองค์การที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ อีกทั้งผลการวิจัยของอรุณรุ่ง และธีระวัฒน์, (2558:1096)ยังพบว่า ผู้นำต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในประเด็นของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ได้สัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม ระบุว่า รูปแบบธุรกิจดังกล่าวเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น ซึ่งความแตกต่างจะขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่าง ๆ ภายในองค์การ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ประกอบการใน

รูปแบบบริษัทจำกัด มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่ารูปแบบห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ควรให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างหน่วยงานจะช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน 2) ลักษณะธุรกิจนำเที่ยว ต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยอาศัยจุดแข็งทั้งด้านความหลากหลายของทรัพยากรอุปนิสัยที่เป็นมิตร และรสชาติอาหารที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นจะช่วยสร้างความแตกต่างควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาว 3) การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงาน จำแนกตามระดับการรับรู้คือ ระดับปัจเจกบุคคล ต้องพัฒนาตนเองโดยอาศัยการบริหารจัดการองค์การที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ให้เกิดความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จ ส่วนระดับกลุ่ม ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความขัดแย้งให้เกิดขึ้น เพราะจะเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เนื่องจากพบว่า ผู้ประกอบการมักจะหลีกเลี่ยงออกจากสถานการณ์ความขัดแย้ง และยึดปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่น จึงควรร่วมแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกัน และระดับองค์กร ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลง การปรับโครงสร้างใหม่ การออกแบบนวัตกรรมการให้บริการให้แตกต่างจากบริษัทคู่แข่ง เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์

2. ผู้บริหารของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมด้านธุรกิจนำเที่ยว ควรเป็นศูนย์จัดฝึกอบรมและพัฒนาการส่งเสริมธุรกิจนำเที่ยวอย่างจริงจังในการให้บริการค้าประกันสินเชื่อกู้ยืมเงินลงทุนให้กับผู้ประกอบการในการนำไปขยายธุรกิจ

3 คณะกรรมการสมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรเป็นศูนย์ข้อมูล และจัดทำข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) กับบริษัทนำเที่ยวในการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวิชาการและประสบการณ์ เพื่อช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าซึ่งกันและกัน

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559).

เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=4147.

กรุงเทพธุรกิจ. (2556). เอกชนชี้ไทยไร้ขีดความสามารถหวั่นเสียเปรียบเสรีบริการอาเซียน. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม.

เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/735#ixzz2MT5hDHhJ>.

นฤมล คงทน. (2549). “การพัฒนาการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ

แข่งขัน กรณีศึกษา คลัสเตอร์แปรรูปข้าว จังหวัดพิษณุโลก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ

สาขาวิชานวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัชชามน แสงสุข. (2550). “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง บุคลิกภาพ พฤติกรรมการจัดการ และความสำเร็จในอาชีพของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ อุตสาหกรรม.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนภุต สังข์เฉย. (2555). “ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.” วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่ 31 ฉบับที่ 5 (เดือนกันยายน-ตุลาคม): 61-72.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นิภา วราณิชกุล. (2547). เอกสารประกอบการสอน รายวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โปรแกรม วิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). ธุรกิจนำเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1 ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย : สำนักพิมพ์เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

ปรมะ สตะเวทิน. (2533). การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

พลิน ภูงูญ. (2546). การจัดการธุรกิจร่วมสมัย กรอบแนวคิดใหม่ทางการจัดการในการสร้างและพัฒนา พลวัตในการแข่งขัน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2529). การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

พิภพ วังเงิน. (2547). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.

วรรณภา พิสิฐศุภมิตร. (2550). “แบบของผู้นำที่มีสมรรถนะในระบบราชการพลเรือนไทย.” วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎี บัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ. (2558). “ศักยภาพทางการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน ภาคใต้ในมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.” วารสารวิชาการ Veridian E-journal, Silpakorn University. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม): 556-570.

ศุภางค์ นันดา. (2555). “ผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาใน ประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุภัทราภรณ์ สุโข. (2548). “ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สัมมนา สีมุ่ย. (2553). “การศึกษาประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบลใน เขต อำเภอนนไทย จังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.(2554).

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559). กรุงเทพฯ:

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.

อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2558). “การบริหารจัดการคนเก่งเชิงกลยุทธ์ : ปัจจัยสำคัญสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน.” วารสารวิชาการ Veridian E-journal, Silpakorn University. ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 (เดือนกันยายน-ธันวาคม): 1096-1112.

อัศวิน แสงพิกุล. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม.** กรุงเทพฯ: พูจีชีร็อกซ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ภาษาต่างประเทศ

Angle Harold, L. and J. Perry. (1981). “An Empirical Assesment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness.” **Administrative Science Quarterly** 26,1: 1-14.

Bandura, A. (1977). **Social Learning Theory.** Englewood Cliffs, New Jerseys: Pretice-Hall Inc

Barney, J. (1991). “Firm Resources and Sustained Competitive Adavantage.” **Journal of Management** 17,1: 99-120.

Beaver, G. and C. Prince. (2002). “Innovation, entrepreneurship and competitive advantage in the entrepreneurial venture. “ **Journal of Small Business and Enterprise Development** 9, 1: 28–37.

Bono, Joyce. E. and Judge, Timothy.A. (2004). **Personality and Transformational and Transactional.** n.p.

Brake,T. (1997). **The Global Leader.** Chicago: Critical Factors for Creating The World Class Organization, Irwin Professional Publishing, Chicago, IL.

Calantone, R.J. et al. (2002). “Learning orientation,firm innovation and firm performance.” **Industrail marketing management:** 515-524.

Cameron, K.S. and R.E>Quinn, R.E. (1999). **Diagnosing and Changing Organizational Culture : Based on the Competing Values Framework.** Massachusetts: Addison-Wesley.

Chapman, P. (2003). **Leadership and strategic management in education.** 2th ed. n.p.

Dess, G.G., G.T. Lumpkin, and A.B. Eisner. (2007). **Strategic Management Creating Competitive Advantage.** Boston : McGraw-Hill/Irwin.

Dodd, C.H. (1987). **An introduction to intercultural effectiveness skills**in Dodd, C.H. and Montalvo, F.F. (Eds). Washington, DC: Intercultural Skills for Multicultural Societies.SIETAR International.

- Goleman, D. (1998). "What makes a leader." **Harvard Business Review** 76, 6: 93-103.
- Grant, R.M. (1996). "Toward a knowledge-based theory of the firm." **Strategic Management Journal** 17 (Winter Special Issue): 109-122.
- Gregersen, H.B., A.J. Morrison, and J.S. Black. (1998), "Developing leaders for the global frontier." **Sloan Management Review** (Fall): 21-32.
- Gronroos, C. (2000). **Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach**. 2nd ed. London: John Wiley & Sons.
- Herzberg, F. (1987). "One Moretime How Do You Motivate Employee." **Harvard Business review** 14, 7: 9.
- Hurley, Robert. F., G. Hult, and M. Tomas. (1998). "Innovation Market Orientation and Organizational Learning : An Integration and Empirical Examination." **Journal of Marketing** 62, 3: 42-54.
- Mahoney, J.T. and J.R. Pandian. (1992). "The Resource-Based View Within the Conversation of Strategic Management." **Strategic Management Journal** 13, 5: 363-380.
- Krieger, N. (2001). "A glossary for social epidemiology." **Journal of Epidemiology and Community Health** 55: 693-700.
- Micheal Beer et al. (1990). "Why Change Programs Don't Produce Change." **Harvard Business Review**: 1-12.
- Moncrief, W.C. and D.W. Cravens. (1999). "Technology and the changing marketing world." **Marketing Intelligence & Planning** 17, 7: 329-332.
- Parker, G. M. (1990). **Team Players and Team Work : The New Competitive Business Strategy**. San Francisco, Calif: Jossey – Bass.
- Porter, M.E. (1980). **Competitive Strategy : Techniques for analyzing industries and competitors**. New York; Free Press.
- Robert R. Macrae, and Paul T. Costa Jr. (2004). "A contemplated revision of the NEO Five-factor Inventory." In **Department of Health and Human Services, National Institute on Aging, NIH, Baltimore, Maryland**, 587-596. USA.: Personality and Individual Differences.
- Schein, E.H. (1978). **Career Dynamics: Matching Individual and Organizational Needs**. MA.: Addison Wesley, Reading.
- Thomas, K. W. (1976). "Conflict and conflict management." In **Handbook of industrial psychology**., 889-935. Edited by M. Dunnette (Ed), Chicago: Rand McNally. pp. 889-935.