

แนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

The Management Approach to Increase the Effective of Travel Agency Business in Thailand

บุษศิริ อัครวงศ์วิภาส¹, อนันต์ ธรรมชาลัย² และ ณัฐภัสสร ธนาบวรพาณิชัย³

Bussidee Akarawongwibhad¹, Anan Thamchalai² and Nutpatsorn Tanaborworpanid³

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ^{1,2,3}

Faculty of Political Science, North Bangkok University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: ¹bussidee.aka@northbkk.ac.th; ²anan.th@northbkk.ac.th; ³nutpatsorn.ta@northbkk.ac.th

Retrieved July 13, 2022; Revised August 22, 2022; Accepted August 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทยของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย และ 4) เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ด้วยการวิจัยทั้งเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามจำนวน 404 บริษัท ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก 1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 17 คน 2) ลูกค้าที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวจำนวน 17 คน และสนทนากลุ่มหน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ และภาคเอกชนจำนวน 6 คน ใช้วิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1. สภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย และนโยบายส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ พบว่าหน่วยงานภาครัฐยังมีการออกนโยบายการกำกับ ดูแลสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านทางสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว และยังขาดการมีส่วนร่วมในบางพื้นที่ 2. คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยวในด้าน จำนวนพนักงาน ภูมิภาค และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3. ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการขึ้นนำ และการควบคุมส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ด้านการจัดองค์กรส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการเพิ่มคุณภาพการ

ให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ประกอบด้วย 1) แนวทางเชิงรุก 2) แนวทางเชิงรับ 3) แนวทางเชิงป้องกัน และ 4) แนวทางเชิงแก้ไข

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ; ธุรกิจนำเที่ยว; ประเทศไทย

Abstract

This Article aimed to study 1) studying the current state of travel agency business in Thailand, 2) comparing the effectiveness of travel agency business in Thailand 3) studying factors affecting of business arrangements that affect the effectiveness of travel agency management in Thailand, and 4) analyzing and presenting guidelines to improve the effectiveness of travel agency in Thailand. The data was conducted using questionnaire from 404 travel agency business by survey design and interviewed by 17 travel agency entrepreneurs, 17 customers who have used a travel agency business and 6 public and private officers. The data were analyzed by one-way ANOVA and multiple regression analysis. Analysis data by Descriptive statistics and Content Analysis.

The research results were found as follows; 1) During the current state of travel agency business in Thailand that government agencies have launched regulatory policies in order to supervise, support, and encourage entrepreneurs through various associations related to tourism business. Yet, the level of participation remains low in some areas. 2) The effective of travel agency business in Thailand differed in terms of number of employees, region, and duration of business in the overall of statistical significance .01. For authorized capital and business registration types are at .05. 3) Factors affecting of business arrangements that affect the effectiveness of travel agency management in Thailand in the overall of statistical significance .01, and factors affecting of social responsibility in travel agency business management in the overall of statistical significance .05. and 4) Guidelines to improve the effectiveness of travel agency in Thailand included TOWS Matrix–strength and opportunity, weakness and opportunity, strength and threat, and weakness and threat.

Keywords: Effective Service; Travel Agency Business; Thailand

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีระบบการบริหารและการจัดการที่มีขนาดใหญ่ของประเทศ มีต้นกำเนิดจากการเดินทางท่องเที่ยวของชาวตะวันตกเกิดขึ้นในสมัยอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ ได้แก่ อาณาจักรเปอร์เซีย อาณาจักรอัสซีเรีย กรีก อียิปต์ และโรมัน การเดินทางนำโดยกองทหาร เหล่ากองทัพพ่อค้า

และผู้แทนของรัฐบาล เพื่อเป็นการติดต่อคมนาคมระหว่างรัฐบาลกลางกับอาณานิคมต่าง ๆ ที่อยู่ห่างไกลออกไป การเดินทางประกอบด้วย ช่างศิลป์ และสถาปนิก ร่วมเดินทางเพื่อการออกแบบก่อสร้างพระราชวัง ก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญ เช่น ถนน ลำคลอง โดยมีผู้จัดบันทึกระยะทางหลักบอกระยะทาง บ่อน้ำหรือแอ่งน้ำตื้น เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอย่างต่อเนื่อง เมื่อมาถึงยุคศตวรรษที่ 20 มีการเจริญเติบโตในด้านเทคโนโลยี ด้านการคมนาคมที่มีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางท่องเที่ยว ก็ยังคงขยายตัวมีความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น การเดินทางที่พักรวม เงินตรา เอกสารการเดินทาง ผู้คนหันมานิยมการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินโดยเริ่มมีการขนส่งผู้โดยสารขึ้นในแถบทวีปยุโรป และขยายขีดความสามารถออกไปยังทวีปอื่น ๆ ทั่วโลก

ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวปี 2564 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยประมาณ 1.2 ล้านคน ลดลงร้อยละ 82 จากปีก่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยว 6.7 ล้านคน และลดลงจากเป้าหมายเดิมที่ตั้งไว้ว่าปีนี้จะมียกนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทย 3 ล้านคน หรือลดลงร้อยละ 55 หรือคิดเป็นรายได้ประมาณ 8.5 หมื่นล้านบาท คิดเป็นรายได้ที่ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 74 ส่วนนักท่องเที่ยวคนไทยอาจลดลงต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้เหลือเพียง 50-60 ล้านคน/ครั้ง ลดลงประมาณร้อยละ 34-45 จากปีก่อนที่มีจำนวน 90.55 ล้านคน/ครั้ง และลดลงจากเดิมที่ตั้งเป้าหมายมียกนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยประมาณ 90-100 ล้านคน/ครั้ง คาดมียกได้รวมประมาณ 2.7-3.2 แสนล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 33-43 จากรายได้ปีก่อน 4.82 แสนล้านบาท และลดลงจากเดิมที่ตั้งเป้าหมายมียกได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยรวม 5.5 แสนล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ประเทศไทยมียกได้จากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนเป็นเครื่องจักรสำคัญของประเทศ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวมุ่งพัฒนาใน 6 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) การท่องเที่ยวทางน้ำ 5) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ 6) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้คนในประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับแรก พ.ศ. 2555-2559 เพื่อใช้เป็นแนวทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีระยะเวลา 5 ปี ประสบผลสำเร็จในการเพิ่มรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยว ประเทศไทยจึงได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติในแผนฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การรักษาเสถียรภาพ และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่ยังประสบปัญหาและอุปสรรคหลายประการ มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น บริษัทต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจนำเที่ยวของคนไทย โดยใช้คนไทยเป็นตัวแทนจดทะเบียนบริษัทนำเที่ยว แอบแฝงดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวครบวงจร ประเภทนำเที่ยว ตั้งแต่ ที่พัก เช่ารถ ร้านอาหาร ชักจี้ด นวดแผนไทย โกด์ทัวร์ ขายเป็นปลีก โดยผู้ประกอบการชาวต่างชาติจะให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวของ

ประเทศต้นทางเท่านั้น และมีมัคคุเทศก์ไทยรวมตัวร้องเรียนปัญหามัคคุเทศก์ที่ไม่ได้ใบอนุญาตหรือไกด์เถื่อนชาวต่างชาติ เกิดการแข่งขันแย่งชิงนักท่องเที่ยวกับมัคคุเทศก์ไทยที่ได้รับอนุญาต ซึ่งอาชีพไกด์เป็นอาชีพสงวนไว้สำหรับคนไทย มัคคุเทศก์ที่ไม่ได้ใบอนุญาตหรือไกด์เถื่อนชาวต่างชาติ มีการแอบแฝงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมานาน การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์น้อยลง การเที่ยวแบบเดินทางด้วยตัวเอง (เอฟไอที) มากขึ้น การท่องเที่ยวแบบ FIT เข้ามามีบทบาททางการแข่งขันกับธุรกิจนำเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่ง Free Independent Travelers คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางอย่างอิสระด้วยตัวเอง ค้นหาข้อมูลการเดินทาง ติดต่อกองตัวเครื่องบิน จองที่พักผ่านระบบออนไลน์ สถานการณ์ทางการเมือง และนโยบายจากภาครัฐ การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 จึงคำนึงถึงการพัฒนากายใต้กรอบการวิเคราะห์แบบองค์รวมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อบริการจุดหมายที่จะพัฒนา และรักษาการยกระดับการท่องเที่ยวของประเทศเป็นกลไกการขับเคลื่อนประเทศสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติ ป่าหวาย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร โดยระดับการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี บนพื้นฐานความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ในระดับสูง สังคมมีความมั่นคงและเสมอภาค แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหลายรายปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง จนต้องปิดตัวลง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย เพื่อนำไปสู่การศึกษาสภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย และนโยบายส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย และศึกษาพร้อมกับการแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาให้กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ในการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวไทยในช่วงสถานการณ์ของโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ได้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย และนโยบายส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ

2. เพื่อศึกษาเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย
4. เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย

สมมติฐานการวิจัย

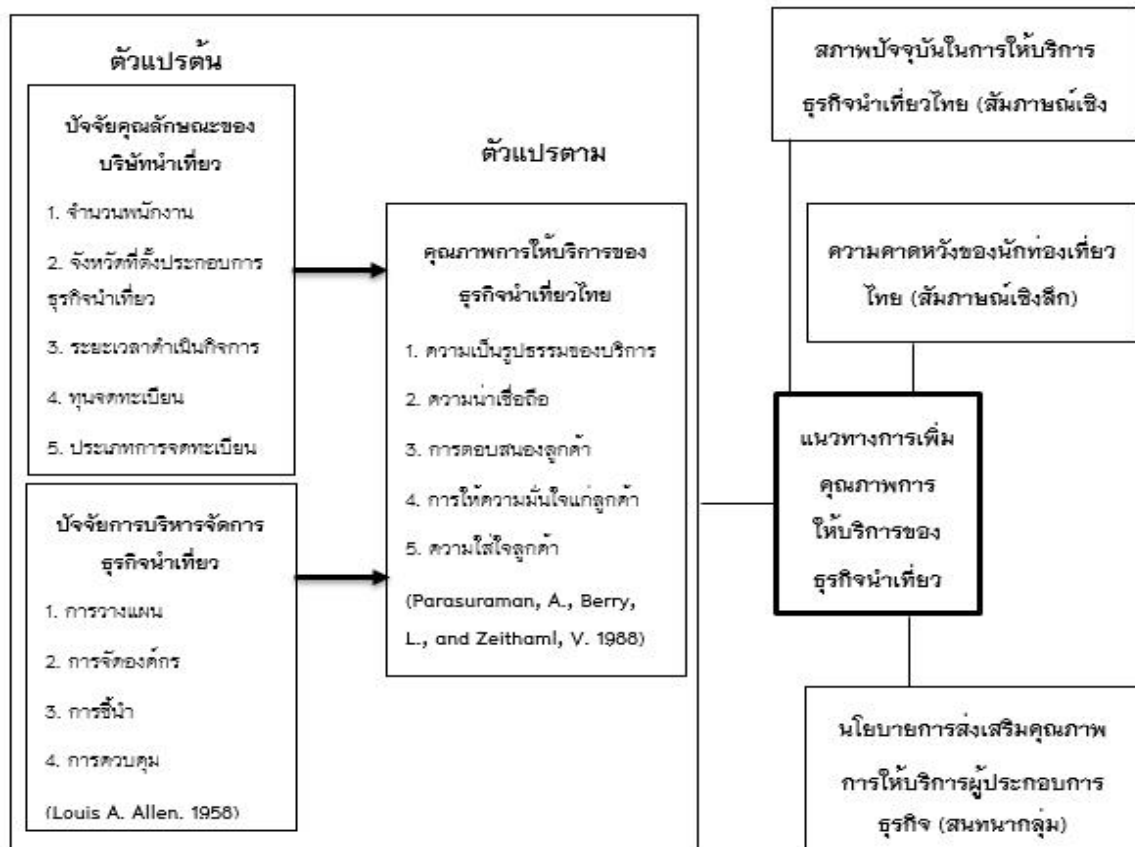
1. คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว
2. ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้ 1) ปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยวใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจทั่วไป 2) แนวคิดปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว POLC ใช้แนวคิดของ อัลเลน (Allen, 1958) 3) คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ใช้แนวคิด พาราซูรามาน; เบอร์รี่ และเซียสธาม (Parasuraman, Berry and Zeithaml, 1988) 4) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันในการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย การวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย การวิเคราะห์นโยบายการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย และ 5) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจนำเที่ยวใช้หลักการ PESTLE Analysis (Francis, 1967)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ตัวแปรต้น 1) ปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ จำนวนพนักงาน ภูมิภาค ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และประเภทการจดทะเบียน และ 2) การบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว POLC ใช้แนวคิดของ อัลเลน (Allen, 1958) ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำ และการควบคุม ตัวแปรตาม คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ใช้แนวคิด พาราซูรามาน; เบอร์รี่ และเซียสธาม (Parasuraman, Berry and Zeithaml, 1988) ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองลูกค้า 4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ 5) ความใส่ใจลูกค้า ส่วนกรอบการวิจัยเชิงคุณภาพ มีอยู่ 3 ประเด็น ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันในการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย การวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย การวิเคราะห์นโยบายการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย และ 5) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจนำเที่ยวใช้หลักการ PESTLE Analysis (Francis, 1967) ดังรายละเอียดใน ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยพหุวิธี พื้นที่วิจัย คือ ทั่วประเทศไทย ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 9,161 ราย (กองทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว, 2564) กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 370 ราย การวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะสามารถรวบรวมแบบสอบถามได้ครบถ้วนจึงเก็บเพิ่มอีก 80 ราย รวมเป็น 450 ราย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้วิธีการคัดเลือกโดยพิจารณาจากธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในประเทศไทย และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาไม่น้อยกว่า 3 ปี ส่วนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิออกเป็นรายภาค และขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบง่ายจำนวนที่คำนวณจากตารางสำเร็จรูป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 4 ฉบับ ได้แก่ 1) แบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย และหาคุณภาพโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ประเมินโดยทั้งฉบับผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดยได้ค่าเฉลี่ย IOC = 0.91 ถือว่าผ่านเกณฑ์ มากกว่า 0.50 และได้ทำการ Try-Out กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มที่เก็บแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่างได้ค่า Cronbach's Alpha 0.958 ถือว่าผ่านเกณฑ์ มากกว่า 0.70 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้วิจัยใช้หลักการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technic) (Dalkey & Helmer, 1963) ซึ่งกำหนดผู้ให้ข้อมูลไม่น้อยกว่า 17 คน

โดยจะให้ค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด 3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยใช้บริการบริษัทน้ำทิพย์ โดยผู้วิจัยใช้หลักการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technic) (Dalkey & Helmer, 1963) ซึ่งกำหนดผู้ให้ข้อมูลไม่น้อยกว่า 17 คน โดยจะให้ค่าความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และ 4) แบบสนทนากลุ่ม ใช้เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งภาครัฐ นักวิชาการ และภาคเอกชน อาทิ หัวหน้าผู้ตรวจราชการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หัวหน้ากลุ่มวิจัย และพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจการบิน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรรมการผู้จัดการบริษัท อุปนายกสมาคมสื่อมวลชนเพื่อการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา 2 คน และผู้ดำเนินรายการ 1 คน โดยเครื่องมือฉบับที่ 2, 3 และ 4 หากคุณภาพโดยส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจนทำการเริ่มเก็บข้อมูลต่อไป

รวบรวมข้อมูลโดย 1) แบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้ช่องทางเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสอบถามด้วยตนเอง ทางไปรษณีย์ และทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รวมจำนวน 370 ฉบับ และเพื่อให้เกิดความมั่นใจจึงได้เก็บเพิ่มอีก 80 ตัวอย่าง รวมเป็น 450 ฉบับ ในส่วนของการส่งแบบสอบถามทางช่องทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแนบซองจดหมายตอบกลับ และทำการประสานขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสอบถามส่งกลับมายังผู้วิจัยซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้รับแบบสอบถามที่ตอบกลับมาฉบับสมบูรณ์ได้จำนวน 404 ฉบับหรือคิดเป็นร้อยละ 89.78 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำทิพย์ในประเทศไทย 3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ลูกค้าที่เคยใช้บริการบริษัทน้ำทิพย์ ใช้วิธีการออกหนังสือจากมหาวิทยาลัยและนัดหมายผู้ทรงคุณวุฒิ และลูกค้าที่เคยใช้บริการบริษัทน้ำทิพย์ในการขอนัดพบเพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 4) แบบสนทนากลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ จาก 3 ส่วนงาน ประกอบด้วย 1) ภาครัฐจำนวน 2 คน ได้แก่ อธิบดี/ผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยว/ท่องเที่ยวจังหวัด 2) สมาคมการท่องเที่ยว นายกสมาคม/ อุปนายกสมาคม ผู้แทนมัคคุเทศก์/ กรรมการบริหารสมาคม จำนวน 2 คน และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำทิพย์ จำนวน 2 คน โดยผู้วิจัยใช้หลักการของ มอร์แกน และสแกนเนล (Morgan, and Scannell, 1998) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มระหว่าง 6-10 คนใช้วิธีการออกหนังสือจากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย และนัดหมายในการขอเก็บข้อมูล ระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือน เมษายน พ.ศ. 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจน้ำทิพย์ไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย และนโยบายการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการผู้ประกอบการธุรกิจน้ำทิพย์ไทย ข้อมูลที่ได้จากการจัดกระทำเป็นหมวดหมู่ใช้เทคนิคการพรรณนา และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการรายงานข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ (Situation Analysis)

2. วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองลูกค้า 4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ 5) ความใส่ใจลูกค้า จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ 1) จำนวนพนักงาน 2) จังหวัดที่ตั้งประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 3) ระยะเวลาดำเนินการ 4) ทุนจดทะเบียน และ 5) ประเภทการจดทะเบียน ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

3. วิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดการองค์กร 3) การขึ้นนำ และ 4) การควบคุม ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองลูกค้า 4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ 5) ความใส่ใจลูกค้า ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (All Enter – Multiple Regression Analysis)

4. วิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ทำการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว และปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ร่วมกับข้อมูลความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย โดยนำผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ 1-3 มาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

เครื่องมือการวิจัย รวม 4 ฉบับ ประกอบด้วย

เครื่องมือการวิจัย 1) แบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 1 ฉบับ และหาคุณภาพโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ประเมินโดยทั้งฉบับผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดยได้ค่าเฉลี่ย IOC = 0.91 ถือว่าผ่านเกณฑ์ มากกว่า 0.50 และได้ทำการ Try-Out กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มที่เก็บแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่างได้ค่า Cronbach's Alpha 0.958 ถือว่าผ่านเกณฑ์ มากกว่า 0.70 ฉบับที่ 2) เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ฉบับที่ 3) เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และฉบับที่ 4) แบบสนทนากลุ่ม ใช้เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเครื่องมือชิ้นที่ 2, 3 และ 4 หาคุณภาพโดยส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญพิจารณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมือก่อน และส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลในภาคสนามต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทยของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย พบว่า 1) ภายหลังจากที่เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019

หน่วยงานภาครัฐได้มีการออกนโยบายในการช่วยเหลือเยียวยาผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า อาทิ ความช่วยเหลือสำหรับสภาพคล่องทางการเงินให้กับธุรกิจนำเข้าโดยธนาคารภาครัฐ และธนาคารพาณิชย์ได้ปล่อยสินเชื่อเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าด้วยเงื่อนไขที่ง่ายขึ้นกว่าสถานการณ์ปกติ โดยมีมาตรการช่วยเหลือการพักชำระหนี้ ขยายระยะเวลาในการชำระหนี้ ลดอัตราดอกเบี้ย กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย การยกเว้น ผัดผ่อน และลดสูงสุดร้อยละ 50 ภาษีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้กับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เช่น ค่าธรรมเนียมการปกป้องสิ่งแวดล้อม ค่าใบอนุญาตต่าง ๆ ภาษีทางการตลาดท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมวิชา เป็นต้น ความช่วยเหลือทางด้านเศรษฐกิจแก่ SMEs ด้านการท่องเที่ยวส่วนลดค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคสำหรับภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและมีการดำเนินการผ่านโครงการเที่ยวด้วยกันของรัฐบาลต่าง ๆ 2) การกำกับ ดูแลสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการโดยหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์การมหาชน อาทิ จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาทั้ง 76 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ผ่านทางสมาคม สมาพันธ์ และหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเข้า และพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าในบางพื้นที่ยังขาดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวให้อยู่ได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าไทยแตกต่างตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเข้า ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความรับผิดชอบต่อสังคมกับปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเข้า

ปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเข้า	คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าไทย		
	ค่าสถิติ	p-value	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
จำนวนพนักงาน	14.993**	0.000	มีนัยสำคัญทางสถิติ/ ปฏิเสธ HO
ภูมิภาค	18.791**	0.000	มีนัยสำคัญทางสถิติ/ ปฏิเสธ HO
ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	18.503**	0.000	มีนัยสำคัญทางสถิติ/ ปฏิเสธ HO
ทุนจดทะเบียน	0.672	0.570	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ/ ยอมรับ HO
ประเภทการจดทะเบียน	2.524	0.057	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ/ ยอมรับ HO

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) ด้วยการทดสอบค่าสถิติ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าไทย จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเข้า พบว่า จำนวนพนักงาน ภูมิภาค

และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน ทุนจดทะเบียน และ ประเภทการจดทะเบียนแตกต่างกันไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเข้าที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเข้าที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทย โดยรวม

ปัจจัยการบริหารจัดการ ธุรกิจนำเข้าเที่ยว	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Err	Beta		
ค่าคงที่	.490	.144		3.392**	.001
1. การวางแผน	.049	.040	.052	1.247	.213
2. การจัดองค์กร	.096	.046	.095	2.079*	.038
3. การนำเข้า	.330	.059	.312	5.570**	.000
4. การควบคุม	.398	.058	.373	6.822**	.000
Adjusted R ² = .542, R ² = .547, R = .739, F = 120.317, SSE = .47335, p-value .05					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยวรวมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทยโดยรวม ได้ร้อยละ 54.2 (Adjusted R² = .542) โดยมีปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ด้านการนำเข้า และการควบคุม ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ด้านการจัดองค์กรส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทยโดยรวม พบว่าด้านการควบคุมมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = .373) รองลงมาด้านการนำเข้า (Beta = .312) และน้อยที่สุดด้านการจัดองค์กร (Beta = .095) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า

ผลการวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวไทย พบว่า มีทั้งหมด 4 แนวทาง ประกอบด้วย 1) แนวทางเชิงรุก หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องออกกฎระเบียบข้อบังคับที่ผ่อนปรนในมาตรการต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศให้สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ง่ายมากขึ้น เช่น การยกเลิกมาตรการการกักตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศ

การผ่อนคลายมาตรการควบคุมทางด้านสาธารณสุขการกำหนดเวลาในการประกอบกิจการ และการการรวมกลุ่มของนักท่องเที่ยว ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้นจากมาตรการการผ่อนคลายกฎระเบียบข้อบังคับเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในอัตราสูงขึ้นกว่าเดิมเมื่อเทียบกับช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 2) แนวทางเชิงรับ หน่วยงานภาครัฐมีคณะกรรมการเฝ้าระวังสอดส่องดูแลการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องหากเกิดปัญหาให้เพิ่มมาตรการที่เหมาะสมทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโอกาสและความรุนแรงของโรคระบาดตามสายพันธุ์ ส่วนผู้ประกอบการติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ จากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง 3) แนวทางเชิงป้องกัน หน่วยงานภาครัฐกำหนดมาตรการผ่อนปรนต่าง ๆ บนพื้นฐานที่ประชาชนในประเทศรวมทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่ได้รับวัคซีนโควิด 19 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่วนผู้ประกอบการปฏิบัติตามมาตรการการคุ้มครองดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด และติดตามการปรับเปลี่ยนหรือลดมาตรการต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐอย่างต่อเนื่อง และ 4) แนวทางเชิงแก้ไข หน่วยงานภาครัฐทบทวนมาตรการต่าง ๆ ที่มีผลบังคับใช้โดยคำนึงถึงหลักของการอยู่ร่วมกันได้อย่างปลอดภัยทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวหากมีจุดบกพร่องเร่งรีบดำเนินการแก้ไขโดยทันที ส่วนผู้ประกอบการเฝ้าระวังและนำมาตรการในการแก้ไขที่เหมาะสมมาปรับใช้กับธุรกิจนำเที่ยวของตนอย่างเหมาะสมโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทยของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทย พบว่า หน่วยงานภาครัฐยังมีการออกนโยบายการกำกับ ดูแล สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านทางสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว และยังขาดการมีส่วนร่วมในบางพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริ ลภัสลดา บันสาน (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการของบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยหลักทั้ง 5 ด้าน ที่มีผลต่อความสำเร็จโดยเรียงตามลำดับ ความสำคัญ ดังนี้ ด้านที่ 1 คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้แก่ การคัดเลือกชุมชนที่มีความพร้อม การเลือกชุมชนที่มีเอกลักษณ์ ความเหมาะสมของผู้นำชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านที่ 2 คือ การบริหารจัดการ ได้แก่ การสร้างแผนธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน ความเหมาะสมของกรรมการผู้จัดการบริษัท ความเหมาะสมของเจ้าหน้าที่ประสานงาน และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านที่ 3 คือ การสร้างองค์ความรู้การท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การใช้นวัตกรรมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การแลกเปลี่ยนความรู้หรือประสบการณ์ การอบรมความรู้ หรือทักษะของผู้ประกอบการ ด้านที่ 4 คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ การช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การจัดหาเงินทุน การช่วยอบรมทักษะการค้า ปรัชญาผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวชุมชน และด้านสุดท้ายคือการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการประชาธิปไตยรักสามัคคี

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างกันตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยว พบว่า จำนวนพนักงาน ภูมิภาค และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน ทุนจตุระเปียน และ ประเภทการจดทะเบียนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 28 ตัวชี้วัด ชุมชนต้นแบบที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้แก่ ชุมชนบ้านสามขาจังหวัดลำปาง และชุมชนบ้านแม่กำปองจังหวัด เชียงใหม่ โดยมีการจัดเรียงตามลำดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน คือ 1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว 2) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และศูนย์บริการข้อมูล 5) บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวม ได้ร้อยละ 54.20 โดยมีปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการชี้แนะ และการควบคุมส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการจัดองค์กรส่งผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสันติ ป่าหวาย, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมี ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการควบคุม และด้านการเป็นผู้นำ มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวได้ร้อยละ 74.2

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

แนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มี 4 แนวทาง ดังนี้



ภาพที่ 3 แนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

1. แนวทางเชิงรุก ด้านการจ้ององค์กรผู้บริหารสามารถดำเนินการวางแผนการจ้ององค์กรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ซึ่งแตกต่างเพิ่มเติมจากแนวคิดการจ้ององค์กรโดยทั่วไปและยังคงจัดคนให้เหมาะสมกับงานเพื่อการขับเคลื่อนองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการในธุรกิจนำเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น
2. แนวทางเชิงรับ ด้านการขึ้นนำผู้บริหารองค์กรควรสร้างแรงจูงใจให้พนักงานอยากร่วมทำงานให้ได้ ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ในการบริหารงานบุคคล เข้าใจการทำงานของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชา มีทักษะในการแก้ไขปัญหาได้ดี มีการตัดสินใจที่รอบคอบทันแก่เวลาสามารถนำพาพนักงานในองค์กรทุกคนบรรลุเป้าหมายไปสู่ความสำเร็จได้ซึ่งแตกต่างเพิ่มเติมจากแนวคิดที่อาจจะไม่ได้คำนึงถึงความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน
3. แนวทางเชิงป้องกัน ด้านการควบคุมผู้บริหารองค์กรควรพิจารณาดูแลบุคลากรในส่วนงานต่าง ๆ ของธุรกิจนำเที่ยวอย่างเหมาะสมให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ตลอดจนการติดตามประเมินผลว่าการปฏิบัติงาน ติดตามการดำเนินงานว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่อย่างไรซึ่งแตกต่างเพิ่มเติมจากแนวคิดที่เน้นการกำกับและติดตามให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร
4. แนวทางเชิงแก้ไข ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรปรับกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมในอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยวอีกทั้งควร

มีการกำกับดูแลให้ถึงระดับท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกับชุมชนในฐานะเจ้าของพื้นที่ซึ่งเน้นการแก้ไขแบบมีขั้นตอนและตรงจุดที่ก่อให้เกิดปัญหาอย่างแท้จริงมากขึ้น

สรุป

ผู้วิจัยขอสรุปตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อโดยย่อ ดังนี้ สภาพปัจจุบันในการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย และนโยบายส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ พบว่าหน่วยงานภาครัฐยังมีการออกนโยบายการกำกับ ดูแลสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านทางสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว และยังขาดการมีส่วนร่วมในบางพื้นที่ต่าง ๆ จากการสำรวจข้อมูลในครั้งนี้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างกันตามปัจจัยคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยวในด้านจำนวนพนักงาน ภูมิภาค และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการขึ้นนำ และการควบคุมส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ด้านการจัดองค์กรส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ แนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย ประกอบด้วย 1) แนวทางเชิงรุก 2) แนวทางเชิงรับ 3) แนวทางเชิงป้องกัน และ 4) แนวทางเชิงแก้ไข

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ยังขาดการมีส่วนร่วมในบางพื้นที่ต่าง ๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ หน่วยงานภาครัฐควรทบทวนนโยบายที่ใช้ในการการกำกับ ดูแลสนับสนุน ส่งเสริม และเน้นการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการผ่านทุกช่องทางทั้งส่วนราชการที่กระจายอยู่ ณ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดต่าง ๆ ส่วนกลาง ภาควิชาเครือข่าย และสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยแตกต่างกันตาม จำนวนพนักงานภูมิภาค และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณลักษณะที่องค์กรต้องการ มีความรอบรู้ในภูมิภาคเป็นอย่างดี และควรมุ่งเน้นผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจจะช่วยเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยได้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการขึ้นนำ และการควบคุมส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยรวม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้เน้น ด้านการควบคุมเพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยว และด้านการจัดองค์กรควรจัดองค์กรเพื่อช่วยเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า มี 4 แนวทาง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ องค์การควรพิจารณาและกำหนดแนวทางการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับบริบทในการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวทั้งแนวทางเชิงรุก แนวทางเชิงรับ แนวทางเชิงป้องกัน และ แนวทางเชิงแก้ไข

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันตลอดจนการศึกษาที่ปรับเปลี่ยนไปตามมาตรการที่หน่วยงานราชการกำหนดขึ้น
2. ควรศึกษาที่มุ่งเน้นแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายในประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานผลข้อมูลตามตัวชี้วัด ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ไสยปิต โสธะปริทัศน์.
- กองทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. (2564). ข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการนำเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.dot.go.th/pages/>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง. (2561). ศักยภาพชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สันติ ป่าหวาย, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล. (2561). แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(พิเศษ), 127-131.
- สิริ ลภัสลดา บันสาน. (2563). การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการของบริษัท ประชาธิปไตยภาคี (ประเทศไทย) จำกัด (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยวปี 2564 และแนวโน้มปี 2565. สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20211012232619.pdf
- Dalkey, N.& Helmer, O. (1963). An Experimental Application of the Delphi Method to the use of experts. *Management Science*, 9(3), 458-467.
- Aguilar, F.J. (1967). *Scanning the business environment*. New York: Macmillan.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Allen, L.A. (1958). *Management and Organization*. New York: McGraw-Hill.

Morgan, D. L. and Scannell, A. U. (1998). *Planning Focus Groups: Focus Group kit 2*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.