

การศึกษาวิสัยทัศน์และเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวประเภทโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่

Visions and Goals Analysis of Family Run Hotels in Chiangmai, Thailand

ดร.ภูษิต วงศ์หล่อสายชล*

Phusit Wonglorsaichon

รวิดา วิริยกิจจา*

Rawida Wiriakitjar

บทคัดย่อ

ธุรกิจด้านโรงแรมและที่พักเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งธุรกิจด้านโรงแรมและที่พักส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว กล่าวคือเป็นธุรกิจที่บริหารงานโดยผู้ก่อตั้งและสมาชิกครอบครัวของผู้ก่อตั้งและมีการสืบทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง งานศึกษาวิจัยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวนมากชี้ให้เห็นว่าวิสัยทัศน์และเป้าหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อแนวทางในการดำเนินธุรกิจครอบครัว โดยคุณลักษณะและเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างจากผู้ประกอบธุรกิจอื่นๆ โดยทั่วไป แต่งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและเป้าหมายของธุรกิจด้านโรงแรมและที่พักนั้นยังมีน้อย ดังนั้นจุดมุ่งหมายของงานวิจัยนี้ เพื่อจะศึกษาแรงจูงใจและเป้าหมายของผู้ก่อตั้งธุรกิจโรงแรมเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม และเป้าหมายของครอบครัวในการทำธุรกิจ รวมทั้งการสืบทอดธุรกิจ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจครอบครัวด้านโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 63 คน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดในโลกมากกว่าสามทศวรรษโดยประเภทธุรกิจโรงแรมที่พักซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ดำเนินการโดยครอบครัว กล่าวคือ เป็นธุรกิจที่บริหารงานโดยเจ้าของ หรือเป็นของครอบครัวหนึ่งหรือสมาชิกในครอบครัว ดังนั้นธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ทั้งทางจำนวนและมูลค่า แต่ทว่ายังมิได้รับการศึกษาทางวิชาการ และ

* ศูนย์ศึกษาธุรกิจครอบครัวและSMEs มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิเช่น กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักนั้น ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย

ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจหลักในการก่อตั้งธุรกิจที่พักและโรงแรมคือต้องการรักษาอสังหาริมทรัพย์หรือธุรกิจให้เป็นของครอบครัวและต้องการมีความสุขกับวิถีชีวิตขณะที่เป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรมคือการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมีความสำคัญที่สุดและหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดหนี้ และเป้าหมายสูงสุดของครอบครัวในการทำธุรกิจคือมีรายได้เพียงพอในการเลี้ยงดูครอบครัว ส่วนวิสัยทัศน์และเป้าหมายโดยรวมของธุรกิจครอบครัวนั้นมิใช่เพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นหลักซึ่งแตกต่างกับเป้าหมายขององค์กรธุรกิจทั่วไป ซึ่งแรงจูงใจและเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวดังกล่าวนี้เป็นปัจจัยพื้นฐานของการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนผลการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยแรงจูงใจและเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอื่นๆในต่างประเทศ

Abstract

Over the last three decades, tourism has become one of fastest growth industries in the world (World Travel and Tourism Council, 2009). Globally, provision of accommodation is dominated by family run businesses, owned or operated by members of a single family (Kanthan and Anjaneyaswamy, 2009; Zapalska and Brozik, 2007; Getz and Carlsen, 2005; Peters and Buhalis, 2004). Therefore, family businesses in the tourism and hospitality industry are significant in terms of both numbers and economic value but have just recently been researched by academics. However, few academic researches on family run hotels in Thailand, where the empirical work was carried out, have been reported.

The visions and goals are crucial in deciding the direction of the business for family business (Chua และคณะ, 1999). Several studies of business owners within the tourism industry have identified the prominence of characteristics and goals which are different from traditional entrepreneurship (Morrison, 2006; Getz, Carlsen and Morrison, 2005; Getz and Carlsen, 2000; Gartner, 1990; Carland, Hoy, Boulton, and Carland, 1984). Therefore, the aim of this research is to examine family and owner-operated businesses' goals: start-up, operation, the family, and the succession of the enterprise.

The significant results show that the primary motivations for starting a hotel business were keeping the property or business in the family and enjoying a good lifestyle. The goals pertaining to the operation of the business identified the delivery of a high quality

product/service is a high priority and 'It is best to avoid debt as much as possible'. The respondents' highest family related goal is to 'earn enough to support the family'. The overall visions and goals of family run hotels are not profit oriented but support previous research demonstrated that lifestyle and autonomy factor were predominant in tourism and hospitality sectors (Peters และคณะ, 2009; Getz และคณะ, 2005; Nilsson และคณะ., 2003; Andersson และคณะ., 2002; Ateljevic and Doorne, 2000; Getz and Carlsen ,2000).

บทนำ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาแรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรมเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรมและเป้าหมายของครอบครัวในการทำธุรกิจ รวมทั้งการสืบทอดธุรกิจ โดยธุรกิจโรงแรมนี้เป็นหนึ่งในรายได้หลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงสุดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก (World Travel and Tourism Council, 2009)ซึ่งประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่พักและการบริการ โดยกิจการและธุรกิจส่วนใหญ่ที่ดำเนินการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs (Small and Medium Enterprises) และเป็นเช่นเดียวกันกับประเทศอื่นๆทั่วโลก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเจ้าของหรือสมาชิกครอบครัวดำเนินงานหรือครอบครัวเป็นเจ้าของหรือที่เรียกว่า “ธุรกิจครอบครัว” (Family Business)ซึ่งธุรกิจครอบครัวนี้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลก(Kanthan and Anjaneyaswamy, 2009; Zapalska and Brozik, 2007; Getz and Carlsen, 2005; Peters and Buhalis, 2004)

งานวิจัยในต่างประเทศในหัวข้อธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการได้ชี้ให้เห็นว่าวิสัยทัศน์และเป้าหมายหลักของธุรกิจครอบครัวในชนบทนั้นเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและครอบครัวเป็นหลัก ซึ่งมีความแตกต่างจากประเภทธุรกิจอื่นๆโดยทั่วไป (Peters และคณะ., 2009; Getz and Carlsen, 2000) วิสัยทัศน์และเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจในทิศทางของธุรกิจครอบครัว (Chua และคณะ., 1999) การศึกษาวิจัยของ Getz และคณะ(2005) พบว่าวิถีชีวิตและอิสรภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของครอบครัวเป็นเป้าหมายที่เป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของธุรกิจครอบครัว แรงจูงใจเหล่านี้มีผลต่อขนาดธุรกิจ นวัตกรรม การควบคุม การสื่อสารและการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ Getz และคณะ. (2005), Gartner (1990) และCarland และคณะ. (1984) ต่างเห็นว่าวิถีชีวิตและอิสรภาพเป็นวิสัยทัศน์และเป้าหมายธุรกิจครอบครัวมากกว่าที่จะเป็นการมุ่งแสวงหากำไรสูงสุดหรือการเติบโตของธุรกิจที่เป็นเป้าหมายของธุรกิจอื่นๆโดยทั่วไป ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกับแนวคิดของ Simon's (1959) ที่ว่า กำไร

สูงสุดมิใช่เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเสมอไป ซึ่ง Morrison (2006) ให้การสนับสนุนข้อค้นพบของ Getz และคณะ (2005) ที่ว่าธุรกิจที่เจ้าของดำเนินการเองนั้นที่มีแรงจูงใจจากวิถีทางในการใช้ชีวิตจะมีความเป็นผู้ประกอบการน้อย

Shane, Locked, and Collins (2003) พบว่าความแตกต่างของแรงจูงใจนั้นมีผลต่อความเป็นผู้ประกอบการซึ่งผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจใหม่หรือผู้ดำเนินธุรกิจในปัจจุบันก็ตามมีแรงจูงใจในการเริ่มดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน (Shane and Venkataraman, 2000) ด้วยพื้นฐานของทฤษฎีที่ต่างกัน มีการศึกษาวิจัยวิเคราะห์แรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น Amit และคณะ. (2001) พบว่าเงินมิใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีในประเทศแคนาดา อย่างไรก็ตามเหตุผลหลักของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรัฐเวจเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นเป็นเพียงเพื่อหารายได้เสริม (McGehee and Kim, 2004) Kotey (2005) ศึกษาความแตกต่างของการดำเนินงานและความสามารถระหว่างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจครอบครัวและมีใช้ธุรกิจครอบครัว พบว่าธุรกิจขนาดเล็กนั้นไม่สามารถจะแยกเป้าหมายของธุรกิจกับเป้าหมายส่วนตัวออกจากกันได้ แต่ความแตกต่างระหว่างธุรกิจครอบครัวและธุรกิจขนาดเล็กทั่วไป คือ ความก้าวหน้าและโครงสร้างของความเป็นเจ้าของรวมทั้งกลยุทธ์ที่จะใช้ในการขยาย โดยทั่วไปแล้วเป้าหมายของธุรกิจคือความเจริญเติบโตแต่สำหรับธุรกิจครอบครัวกลับไม่เห็นที่เป้าหมายดังกล่าว Sharma และคณะ (1996) พบว่าเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวนั้นดูเหมือนจะแตกต่างจากเป้าหมายขององค์กรที่เน้นคุณค่าของผลกำไรที่จะมุ่งเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์และบริหารงานโดยมืออาชีพ ในขณะที่ Chua และคณะ. (1999) กลับมองว่า วิสัยทัศน์ที่ได้รับการยอมรับโดยสมาชิกครอบครัวคือสิ่งจำเป็นและสำคัญตามหลักทฤษฎี ฉะนั้นวิสัยทัศน์ของครอบครัวเป็นยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการแข่งขันของธุรกิจครอบครัว (Poza, 2010)

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยเพื่อใช้สำรวจผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อคำถามถูกออกแบบมาเพื่อสอบถามถึงวิสัยทัศน์และเป้าหมายโดยมีโครงสร้างองค์ประกอบดังต่อไปนี้ดังนี้ แรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรมเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม และเป้าหมายของครอบครัวในการทำธุรกิจ รวมทั้งการสืบทอดธุรกิจ

แบบสอบถามด้านแรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรมและการสืบทอดธุรกิจประกอบด้วยคำถามปลายเปิด และ แรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรม แบบสอบถามส่วนเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม, และเป้าหมายของครอบครัวในการทำธุรกิจ ประกอบด้วย

คำถามแบบมาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ต(5-point Likert scale) โดยให้คะแนนความสำคัญหรือความเห็นด้วยจากมากที่สุดคือ 5 และน้อยที่สุด คือ 1 คะแนน

คณะวิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 ชุด ซึ่งได้รับการตอบกลับ 30 ชุด และนำแบบสอบถามดังกล่าวทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกชุดคำถามซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ จากนั้นทำการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์เป็นจำนวน 418 ชุด ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างจาก 30 ชุดแรก โดยส่งตามรายชื่อโรงแรมที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ของสำนักงานการท่องเที่ยวภาคเหนือเขต 1 ก่อนส่งแบบสอบถาม 418 ชุดไปยังผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีการติดตามด้วยการส่งจดหมายเตือนและโทรศัพท์เพื่อสอบถามถึงจดหมายที่ส่งไปเพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ (Marsden and Wright, 2010) ข้อมูลผลการตอบแบบสอบถามนั้นจะถูกนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติ ด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยคำนวณค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หลังจากนั้นนำผลไปวิเคราะห์องค์ประกอบวิธีวิเคราะห์ส่วนประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PCA) โดยใช้เทคนิคหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax rotation ด้วย Kaiser Normalisation หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(ANOVA)หรือการทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน(independent T tests)ขึ้นอยู่กัลักษณะของตัวแปรเพื่อจะทดสอบว่าคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจนั้นกับตัวแปรสำคัญที่เกิดจากการวิเคราะห์ส่วนประกอบสำคัญ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

ผลการศึกษา

จากแบบสอบถาม 418 ชุดที่ส่งทางไปรษณีย์ อัตราการตอบกลับ (Response Rate) เท่ากับ 20.1% หรือเท่ากับ 84 ชุด โดย เป็นแบบสอบถามที่ใช้ได้จำนวน 80 ชุด และนำมาคัดกรองว่าเป็นธุรกิจครอบครัวโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามลักษณะความเป็นเจ้าของธุรกิจโดยเหลือจำนวนแบบสอบถามที่เป็นธุรกิจครอบครัวเหลือ 63 ชุด ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าธุรกิจโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีส่วนใหญ่ก่อตั้งโดยเจ้าของกิจการซึ่งคิดเป็น 65.10%มากกว่าครึ่งเป็นธุรกิจครอบครัว (55.55%) ได้ก่อตั้งและดำเนินการมานานกว่าสิบปี แต่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้ามาสู่ธุรกิจโรงแรมได้เพียงสิบปีหรือน้อยกว่านั้น (60.32%) ส่วนลักษณะความเป็นเจ้าของและการบริหารงานนั้น 90.50% ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์เอง และบริหารงานเอง ลำดับต่อมาคือการเช่าอสังหาริมทรัพย์และบริหารงานเองซึ่งคิดเป็น 7.9% ส่วนขนาดของโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง (39.68%) เป็นโรงแรมขนาดเล็กมากที่มีจำนวนห้องน้อยกว่า 25 ห้อง และเป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีจำนวนห้อง 25-29 ห้อง 36.51% เป็นโรงแรมขนาดกลาง (60-149 ห้อง) คิดเป็น

22.22% และเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้อง 150 ห้องขึ้นไปจำนวน 1.59%จากผลการศึกษาที่สอดคล้องกับตัวเลขการจ้างงานที่ชี้ว่า 77.78% เป็นธุรกิจขนาดเล็กกว่าขนาดย่อม (Micro Business) ที่มีลูกจ้างน้อยกว่า 20 คน และ 15.87 % เป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีลูกจ้าง 20-50 คน มีเพียง 6.35% ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้นที่เป็นกิจการขนาดกลางที่มีลูกจ้าง 51-200 คน

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง (50.80%)และมีสถานภาพสมรสแล้ว(65.10%) โดยส่วนใหญ่มีอายุ 45-54 ปี (30.20%)อายุ55-64 ปี และ 25-34 ปี มีจำนวนเท่ากัน (20.60%) โดยอายุ 35-44 ปีมีจำนวนสูงสุดในลำดับต่อมา(15.9 %)และ65 ปีขึ้นไป (12.7%) การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (63.5%) รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับปริญญาโท (22.2%)

แรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรม

แบบสอบถามด้านแรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรมนั้นเป็นคำถามปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า “เพราะเหตุใด ท่านจึงเข้ามาดำเนินการธุรกิจโรงแรมนี้” จากคำตอบได้นำมาจัดกลุ่มและนับความถี่ดังตารางที่ 1 ซึ่งคำตอบที่มีผู้ตอบมากที่สุดคือ โอกาสทางธุรกิจและรายได้ (28.57 %) และ รับช่วงจากธุรกิจครอบครัว (22.22 %) อันดับสามและสี่นั้นเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและความท้าทาย (12.70 และ 11.11 % ตามลำดับ)ส่วนสองอันดับสุดท้ายคือ ได้รับการชักชวนจากผู้อื่นและเพื่อส่งต่อให้ลูกหลานในอนาคต (4.76 %)

ตารางที่ 1 เหตุผลของการเข้าสู่ธุรกิจโรงแรมที่พัก

ประเภท Categories	Valid	% of Total	Confidence Interval
โอกาสทางธุรกิจและรายได้	28.57		± 11
รับสืบทอดกิจการมาจากธุรกิจครอบครัว	22.22		± 10
เข้ากับวิถีชีวิต	12.70		± 8
ท้าทาย	11.11		± 7
เห็นความต้องการของตลาด	9.53		± 7
เพื่อทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือเพิ่มธุรกิจ	6.35		± 6
ได้รับการชักชวนจากผู้อื่น	4.76		± 5
เพื่อส่งต่อกิจการให้ลูกหลาน	4.76		± 5

นอกจากแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจและเป้าหมายก่อนตั้งธุรกิจยังมีชุดคำถามแรกสำหรับแรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรม โดยใช้มาตรวัดทัศนคติของลิเคอร์ท ซึ่งประกอบด้วยคำถามย่อย 15 ข้อโดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญของการเข้าสู่ธุรกิจโรงแรม คำตอบที่มีได้คะแนนสูงสุดคือการรักษาสังหาริมทรัพย์ให้เป็นของครอบครัว (4.24 จาก 5) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.241 และอันดับสองคือ เพื่อจะมีความสุขกับวิถีชีวิตที่ดี ค่าเฉลี่ย 4.14 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.045 และให้นำชุดคำถาม 15 ข้อไปสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) ซึ่งผู้วิจัยได้ทดลองสกัดด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก หมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวาริเมกซ์ (Varimax) ผู้วิจัยพิจารณาตัวประกอบตามเกณฑ์ดังนี้ คือ ตัวประกอบที่สำคัญนั้นต้องมีค่าไอเกน (Eigen Values) มากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 ได้ส่วนประกอบใหม่ (Component) จาก 3 ปัจจัยที่ได้จากการสกัดปัจจัย โดยพิจารณาค่าความผันแปร (Eigen Value) มากกว่า 1 แสดงในตารางที่ 2 โดยปัจจัยใหม่จะถูกกำหนดชื่อให้กับกลุ่มตัวแปรใหม่ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะต้องทำการกำหนดหรือให้ชื่อที่สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัยจะทำได้โดยการพิจารณาลักษณะของตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนั้นๆ คือ 'กำไร' ประกอบด้วย 8 ตัวแปร, 'วิถีชีวิต' ประกอบด้วย 4 ตัวแปร, และ 'พื้นเมือง' ประกอบด้วย 3 ตัวแปร (สำหรับรายชื่อตัวแปรที่ประกอบแต่ละปัจจัยดูภาคผนวก)

ตารางที่ 2 องค์ประกอบสำคัญสำหรับแรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรม

Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1. กำไร	4.231	28.207	28.207
2. วิถีชีวิต	3.549	23.659	51.866
3. พื้นเมือง	1.974	13.157	65.023

สำหรับการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) หรือการทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (independent T tests) เพื่อหาความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากรและลักษณะของธุรกิจกับปัจจัยใหม่ที่ได้จากการสกัด ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า สถานภาพและการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับปัจจัยวิถีชีวิต โดยสถานภาพ 'อื่นๆ' น้อยกว่า 'โสด' และ 'สมรส' และการศึกษาระดับ 'มัธยมศึกษา' น้อยกว่า 'ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า', 'ประกาศนียบัตรวิชาชีพ', 'ปริญญาตรี', แต่มากกว่าระดับ 'ปริญญาโท/ประกาศนียบัตรบัณฑิต'

เป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม

แบบสอบถามด้านเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม เป็นมาตรวัดทัศนคติของลิเคอร์ท ประกอบด้วย 19 ข้อที่เกี่ยวข้องกับบริหารและจัดการธุรกิจ ขอความเห็นด้วยเกี่ยวกับเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม โดยผลการศึกษาพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ "การส่งมอบสินค้าและ

บริการที่มีคุณภาพมีความสำคัญที่สุด” โดยมีค่าเฉลี่ย 4.67 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.622 และ “การหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดหนี้สินดีที่สุด” โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.954

แล้วนำชุดคำถาม 19 ข้อไปสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) ซึ่งผู้วิจัยได้ทดลองสกัดด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก หมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวาริแมกซ์ (Varimax) ผู้วิจัยพิจารณาตัวประกอบตามเกณฑ์ดังนี้ คือ ตัวประกอบที่สำคัญนั้นต้องมีค่าไอเกน (Eigen Values) มากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 และมีตัวแปรที่อธิบายตัวประกอบได้ปัจจัยใหม่ 8 ข้อ แล้วกำหนดหรือให้ชื่อที่สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัยจะทำได้ โดยการพิจารณาลักษณะของตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนั้นๆ คือ ‘ความภาคภูมิใจ’ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร, ‘ความท้าทาย’ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร, ‘ความมีกำไร’ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร, ‘ความสามารถ’ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร, ‘ความเบิกบาน’ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร, ‘ความเป็นผู้ประกอบการโรงแรม’ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร, ‘ความเป็นหนึ่งเดียว’ ประกอบด้วย 1 ตัวแปร, ‘ความอ่อนน้อม’ ประกอบด้วย 2 ตัวแปรโดยจะเห็นได้จากตารางที่ 3 (สำหรับรายชื่อตัวแปรที่ประกอบแต่ละปัจจัยดูภาคผนวก)

ตารางที่ 3 องค์ประกอบสำคัญสำหรับเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม

Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1. ความภาคภูมิใจ	2.080	10.949	10.949
2. ความท้าทาย	1.938	10.203	21.152
3. ความมีกำไร	1.856	9.767	30.919
4. ความสามารถ	1.712	9.009	39.928
5. ความเบิกบาน	1.689	8.892	48.819
6. ความเป็นผู้ประกอบการ	1.415	7.447	56.266
7. ความเป็นหนึ่งเดียว	1.340	7.055	63.321
8. ความอ่อนน้อม	1.312	6.906	70.227

สำหรับการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) หรือการทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (independent T tests) เพื่อหาความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่างและลักษณะของธุรกิจกับปัจจัยใหม่ที่ได้จากการสกัด ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับปัจจัยความมีกำไรและความอ่อนน้อม ส่วนระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าในธุรกิจนี้มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 กับปัจจัยความอ่อนน้อม และสถานภาพโสดหรือสมรสนั้นมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 กับปัจจัยความสามารถโดยสถานภาพ ‘อื่นๆ’ น้อยกว่า ‘โสด’ และ ‘สมรส’

เป้าหมายของกรอบครัวในการทำธุรกิจ

แบบสอบถามเกี่ยวกับเป้าหมายของกรอบครัวในการทำธุรกิจ เป็นมาตรวัดทัศนคติของลิเคอร์ทประกอบด้วย 9 ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายของกรอบครัวในการทำธุรกิจ โดยสอบถามการให้ความสำคัญใน 9 ข้อนั้น ซึ่งผลวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาพบว่า ข้อที่คะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ “มีรายได้เพียงพอในการเลี้ยงดูครอบครัว” ด้วยค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.076 และข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ “แบ่งภาระงานแก่คู่สมรสให้เท่าเทียมกัน” ด้วยค่าเฉลี่ย 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.076

แล้วนำชุดคำถาม 9 ข้อไปสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) ซึ่งผู้วิจัยได้ทดลองสกัดด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก หมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวาริแมกซ์ (Varimax) ผู้วิจัยพิจารณาตัวประกอบตามเกณฑ์ดังนี้ คือ ตัวประกอบที่สำคัญนั้นต้องมีค่าไอเกน (Eigen Values) มากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 และมีตัวแปรที่อธิบายตัวประกอบ ได้ปัจจัยใหม่ 2 ข้อแล้วกำหนดหรือให้ชื่อที่สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัยจะทำได้โดยการพิจารณาลักษณะของตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนั้นๆ คือ ‘ลูกหลาน’ ประกอบด้วย 4 ตัวแปรและ ‘ครอบครัว’ ประกอบด้วย 5 ตัวแปรดังตารางที่ 4 (สำหรับรายชื่อตัวแปรที่ประกอบแต่ละปัจจัยดูภาคผนวก)

ตารางที่ 4 องค์ประกอบสำคัญสำหรับเป้าหมายของกรอบครัวในการทำธุรกิจ

Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1. ลูกหลาน	3.143	34.921	34.921
2. ครอบครัว	2.918	32.421	67.342

การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) หรือการทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (independent T tests) ซึ่งให้เห็นว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากรและลักษณะของธุรกิจกับทั้งสองปัจจัยใหม่ที่ได้จากการสกัด โดย สถานภาพโสดสมรสนั้นมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับปัจจัยลูกหลานโดย สถานภาพ ‘อื่นๆ’ น้อยกว่า ‘โสด’ และ ‘สมรส’ และ ระดับการศึกษาที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับปัจจัยลูกหลาน โดย ระดับการศึกษา ‘ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า’ มากกว่า ‘มัธยมศึกษา’, ‘ประกาศนียบัตรวิชาชีพ’ นอกจากนั้น ‘ประกาศนียบัตรวิชาชีพ’ น้อยกว่า ‘ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง/วิทยาลัย’ และ ‘ปริญญาตรี’

การสืบทอดธุรกิจ

แบบสอบถามด้านการสืบทอดธุรกิจเป็นคำถามปรนัย โดยถามว่าผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีแผนการในการสืบทอดกิจการโรงแรมของธุรกิจตนเองอย่างไร โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างตอบแผนในการสืบทอดธุรกิจในอนาคตของตนว่า “ไม่มีแผน” สำหรับการสืบทอด (25.40 %) และอันดับสองคือ “ไม่แน่ใจ” และ “หุ่นบางส่วนจะถูกส่งมอบหรือขายให้แก่บุตรและ/หรือสมาชิกคนอื่นในครอบครัวในอนาคต” (23.80 %)

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่และตีพิมพ์ในต่างประเทศ โดยแสดงให้เห็นว่าธุรกิจโรงแรมที่ครอบครัวเป็นเจ้าของหรือดำเนินงานมีความสำคัญแก่ทั้งปริมาณ คือ จำนวนธุรกิจและมูลค่าในทางเศรษฐกิจ (Kanthan and Anjaneyaswamy, 2009; Zapalska and Brozik, 2007; Getz and Carlsen, 2005; Peters and Buhalis, 2004) โดย 79% ของธุรกิจโรงแรมที่พักที่ตอบแบบสอบถามกลับมานั้นเป็นธุรกิจครอบครัว ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นกิจการที่มีเจ้าของคนเดียวหรือสามี-ภรรยาาร่วมกันและหุ้นส่วนของครอบครัวมากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นได้ก่อตั้งธุรกิจโรงแรมมากกว่า 10 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเริ่มธุรกิจด้วยอสังหาริมทรัพย์ของตนเอง ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กมาก คือ มีจำนวนห้องน้อยกว่า 25 ห้อง (39%) หรือขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องน้อยกว่า 60 ห้อง (3 %) สอดคล้องกับการศึกษาของ Getz และคณะ (2005) และ Middleton (2001) ที่พบว่าธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจขนาดเล็กกว่าขนาดย่อม (Micro size business) นอกจากนี้ข้อมูลสำรวจประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2545 แสดงว่ามีธุรกิจจำนวน 116,807 กิจการที่เป็นโรงแรมและร้านอาหารที่เป็นขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งคิดเป็น 14.3 % ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในประเทศไทย

ผู้ประกอบการสามารถแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ นั้นมีความหลากหลาย โดยผู้แบบสอบถามนั้นเป็นเพศหญิง 51% และเพศชาย 49% โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีสถานภาพสมรส (65 %) และมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี (63 %) โดย 22% ของกลุ่มตัวอย่างมีวุฒิการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหรือปริญญาโท จะสังเกตได้ว่าส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเจ้าของกิจการโรงแรมที่เป็นธุรกิจครอบครัวนั้นมีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป อย่างไรก็ตามคุณลักษณะทางประชากรและลักษณะธุรกิจของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถจะเป็นตัวแทนประชากรธุรกิจโรงแรมที่เป็นธุรกิจครอบครัวของจังหวัดเชียงใหม่ได้ทั้งหมด เนื่องจากข้อจำกัดของกลุ่มตัวอย่างกล่าวคือจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่เพียงพอ

สองแรงจูงใจหลักในการเข้ามาสู่ธุรกิจโรงแรมของงานวิจัยนี้ คือ โอกาสทางธุรกิจและมรดกครอบครัว ซึ่งเป็นทั้งการส่งต่อมรดกและการรับสืบทอดธุรกิจไปสู่ลูกหลาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้

และครอบครัวเป็นแรงจูงใจหลักในการเข้าสู่ธุรกิจครอบครัว แม้ว่า เกินกว่า 59% ของกลุ่มตัวอย่างนั้นไม่ได้มีแผนในการสืบทอดธุรกิจอย่างเป็นทางการ ณ ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา และผลการศึกษายังพบว่าแรงจูงใจและเป้าหมายก่อตั้งธุรกิจโรงแรม“เพื่อรักษาอสังหาริมทรัพย์ไว้ให้ครอบครัว” และ “เพื่อจะมีความสุขกับวิถีชีวิตที่ดี” มีค่าความถี่สูงสุด ซึ่งผลนี้สนับสนุนผลงานวิจัยอื่นๆที่พบว่าทำไร่นั้นไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการเข้ามาทำธุรกิจโรงแรม ซึ่งงานวิจัยอื่นพบว่าวิถีชีวิตและอิสรภาพเป็นปัจจัยสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Peters และคณะ, 2009; Getz และคณะ, 2005; Nilsson และคณะ., 2003; Andersson และคณะ., 2002; Ateljevic and Doorne, 2000; Getz and Carlsen ,2000)

ผลการศึกษายังพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรม “การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมีความสำคัญที่สุด” สูงกว่า “ความสนใจส่วนตัวหรือของครอบครัวมีความสำคัญกว่าการดำเนินธุรกิจ” สอดคล้องกับแนวคิดของOkoroafoและคณะ (2010) และ Miller และคณะ(2008) ซึ่งว่า สินค้าและบริการที่ธุรกิจครอบครัวเป็นผู้จัดหาและบริการนั้นได้รับการรับรู้ว่ามีคุณภาพดีกว่า Getz และคณะ(2005) ได้สรุปว่า คุณภาพและคุณค่าของการบริการเป็นตราสินค้าและความภาคภูมิใจของครอบครัว (Family Branding and Pride)ไม่ว่าเหตุผลในการเข้ามาทำธุรกิจโรงแรมจะเป็นอะไรก็ตาม หลายๆกรณีศึกษาในหลายประเทศธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลายแห่ง พยายามเน้นคุณภาพของสินค้าและบริการ (Getz และคณะ, 2005)อย่างไรก็ตาม เป้าหมายในการบริหารธุรกิจโรงแรมที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสองคือ “การหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดหนี้สินดีที่สุด” ซึ่งถือเป็นเป้าหมายในการอยู่รอดของธุรกิจที่ถือเป็นเป้าหมายพื้นฐานของบริษัทโดยทั่วไป (Pearce and Robinson, 2005)

เป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวที่สำคัญสูงสุดคือ “มีรายได้เพียงพอในการเลี้ยงดูครอบครัว” ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Wilson(2007)และ Nickerson และคณะ(2001)แต่ไม่สอดคล้องกับเป้าหมายที่สำคัญที่สุดเกี่ยวกับครอบครัวที่ได้จากผลการศึกษาวิจัยของ Getz and Carlsen (2000)คือ“แบ่งปันการตัดสินใจให้แก่คู่สมรสหรือครอบครัว”ซึ่งอาจเป็นเพราะสถานที่และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจและเป้าหมายของศึกษาธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก ซึ่งนำเสนอผลศึกษาสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหัวข้อวิสัยทัศน์และเป้าหมายของธุรกิจครอบครัวที่มีความสำคัญต่อทิศทางของธุรกิจครอบครัว หากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมทราบวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจนแล้วจะสามารถวางแผนกลยุทธ์อันจะนำไปสู่ความสำเร็จจนสามารถบรรลุเป้าหมายได้ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและนโยบาย แผนของการท่องเที่ยวรวมทั้งวาระการท่องเที่ยวแห่งชาติ

บรรณานุกรม

- Amit, R., MacCrimmon, K.R., Zietsa, C. and Oesch, J.M. (2001), Does money matter?: Wealth attainment as the motive for initiating growth-oriented technology ventures, **Journal of Business Venturing**, 16, 2, 119-143.
- Andersson, T., Carlsen, J. and Getz, D. (2002), Family Business Goals in the Tourism and Hospitality Sector: Case Studies and Cross-cases Analysis from Australia, Canada, and Sweden, **Family Business Review**, 15, 2, 89-106.
- Ateljevic, I. and Doorne, S. (2000), Staying within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism, **Journal of Sustainable Tourism**, 8, 5, 378-392.
- Carland, J., Hoy, W., Boulton, F. and Carland, J.C. (1984), Differentiating Entrepreneurs from small business Owners: a Conceptualisation, **Academy of Management Review**, 9, 2, 354-359.
- Chua, J., Chrisman, J. and Sharma, P. (1999), Defining the Family Business by Behavior, **Entrepreneurship Theory and Practice**, 23, 4, 19-37.
- Gartner, W. (1990), What are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship?, **Journal of Business Venturing**, 5, 1, 15-28.
- Getz, D. and Carlsen, J. (2000), Visions and Goals of Family and Owner-operated businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors, **Tourism Management**, 21, 547-560.
- Getz, D. and Carlsen, J. (2005), Family Business in Tourism State of the Art, **Annals of Tourism Research**, 32, 1, 237-258.
- Getz, D., Carlsen, J. and Morrison, A. (2005), Quality Issues for the Family Business, in Jones, E. and Haven, C. (Eds), **Tourism SMEs, Service Quality, and Destination Competitiveness**. CABI Publishing, Massachusetts, pp.73-86.
- Kanthan, M. and Anjaneyaswamy, G. (2009), Family Business Entrepreneurship in Tourism and Hospitality Industry: A Study on the Pondicherry Perspective of Management, **Atna Journal of Tourism Studies**, 4, 4, 87 - 98.
- Kotey, B. (2005), Goals, Management Practices, and Performance of Family SMEs, **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, 11, 1, 3-24.

- Marsden, P.V. and Wright, J.D. (2010), **Handbook of Survey Research**, Emerald Group Publishing, Bingley.
- McGehee, N.G., and Kim, K. (2004), Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship, **Journal of Travel Research**, 43, 2, 167-170.
- Middleton, V. (2001), The Importance of Micro-Businesses in European Tourism, in Roberts, L. and Hall, D. (Eds), **Rural Tourism and Recreation Principles to Practice**, CABI, Wallingford, Oxon, pp. 197-201.
- Miller, D., Breton-Miller, I. Le and Scholnick, B. (2008), Stewardship vs. Stagnation: An Empirical Comparison of Small Family and Non-Family Businesses, **Journal of Management Studies**, 45, 1, 51–78.
- Morrison, A. (2006), A Contextualization of Entrepreneurship, **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, 12, 4, 192-209.
- Nickerson, N., Black, R. and McCool, S. (2001), Agritourism: Motivations Behind Farm/Ranch Business Diversification, **Journal of Travel Research**, 40, 19-26.
- Nilsson, P., Petersen, T. and Wanhill, S. (2003), **Public Support for Tourism SMEs in Peripheral Areas: the Arjeplog Project, Northern Sweden**. Centre for Regional and Tourism Research, Bornholm, Denmark.
- Okoroafo, S.C., Koh, A.C. and Gammoh, B.S. (2010), Gender Differences in Perceptions of the Marketing Stimuli of Family Owned Businesses (FOBs), **International Journal of Marketing Studies**, 2, 1, 3-12.
- Pearce, J.A. and Robinson, R.B. (2005), **Strategic management: formulation, implementation, and control**, McGraw-Hill, United States.
- Peters M. and Buhalis, D. (2004), Family Hotel Businesses: Strategic Planning and the Need for Education and Training, **Education and Training**, 46, 8/9, 406-415.
- Peters, M., Frehse, J. and Buhalis, D. (2009), The Importance of Lifestyle Entrepreneurship: A Conceptual Study of the Tourism Industry, **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 7, 2, 393-405.
- Poza, E. (2010). **Family Business**. South-Western Cengage Learning, Mason, Ohio.
- Shane, S., Locke, E.A., and Collins, C.J. (2003), Entrepreneurial Motivation, **Human Resource Management Review**, 13, 2, 257-279.

Shane, S., and Venkataraman, S. (2000), The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, **Academy of Management Review**, 25, 1, 217-226.

Sharma, P., Chrisman, J. and Chua, J. (1996), **A Review and Annotated Bibliography of Family Business Studies**. Kluwer, Boston.

Wilson, L. (2007), The Family Farm Business? Insights into Family, Business and Ownership Dimensions of Open-Farms, **Leisure Studies**, 26, 3, 357-374.

World Travel and Tourism Council. (2009), The 2009 Travel and Tourism Economic Research of Thailand, [Online] Available:2 February 2010.

Zapalska, A.M. and Brozik, D. (2007), Managing Family Business in the Tourism and Hospitality Industry: the Transitional Economy of Poland, **Journal of Economics and Business**, 25, 1, 141-164.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเป็นมาตรวัดทัศนคติเชิงบวกต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจและเป้าหมาย

แรงจูงใจและเป้าหมายใน	เป้าหมายในการบริหารธุรกิจ	เป้าหมายของครอบครัว
เพื่อจะได้ไม่ต้องเป็นลูกน้อง	การรักษาไว้ซึ่งผลกำไรของธุรกิจเป็น	ฝึกฝนลูกหลานเพื่อให้
เพื่อจะได้ไม่ต้องตกงาน	ท่านตั้งใจจะให้ธุรกิจของท่านเติบโต	ส่งต่อธุรกิจครอบครัว
เพื่อจะได้มีเกียรติจากการ	หากได้ราคาที่ดี ก็ยินดีที่จะขายกิจการ	มีรายได้เพียงพอในการ
เพื่อจะได้เผชิญกับความท้าทาย	ท่านยินดีรับความเสี่ยง (ความท้าทาย)	เพื่อป้องกันการแตกแยก
เพื่อให้ได้มีอิสรภาพทาง	หลังจากประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้	แบ่งภาระงานแก่คู่สมรสให้
เพื่อจะหาเงินได้มากๆ	ท่านมักจะลองทำสิ่งใหม่ๆเสมอ (ความ	ให้แน่ใจว่าครอบครัวได้ใช้
เพื่อเป็นการหารายได้ยาม	การส่งมอบสินค้าและบริการที่มี	แบ่งปันการตัดสินใจให้แก่
เพื่อเพิ่มช่องทางรายได้จาก	การทำงานอย่างมีความสุขสำคัญกว่า	จัดหางานให้แก่สมาชิกใน
เพื่อให้ครอบครัวได้อยู่	ในธุรกิจที่รัก แยกที่เข้าพักมี	ยกฐานะครอบครัวในสังคม
เพื่อรักษาอสังหาริมทรัพย์ไว้	ท่านจะขยายบริษัทอย่างพอประมาณ	
เพื่อจะได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่	ความสนใจส่วนตัวหรือของครอบครัวมี	
เพื่อเป็นการได้ทำในสิ่งที่	ในทุกวันนี้ท่านจะต้องติดต่อกับลูกค้า	
เพื่อจะมีความสุขกับวิถีชีวิต	เป็นการยากที่จะแยกเรื่องงานและชีวิต	
เพื่อจะได้อยู่ในพื้นที่หรือ	ธุรกิจนี้จะเป็นมรดกสืบทอดให้	
เพื่อได้พบปะผู้คนที่น่าสนใจ	ขณะนี้ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	
	การดำเนินกิจการควรเป็นไปตามหลัก	
	ธุรกิจนี้ขึ้นลงตามฤดูกาล (ความเป็น	
	ท่านเชื่อในการบริหารจัดการตาม	
	การหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดหนี้สิน	