



ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว
ของผู้ประกอบการในประเทศไทย



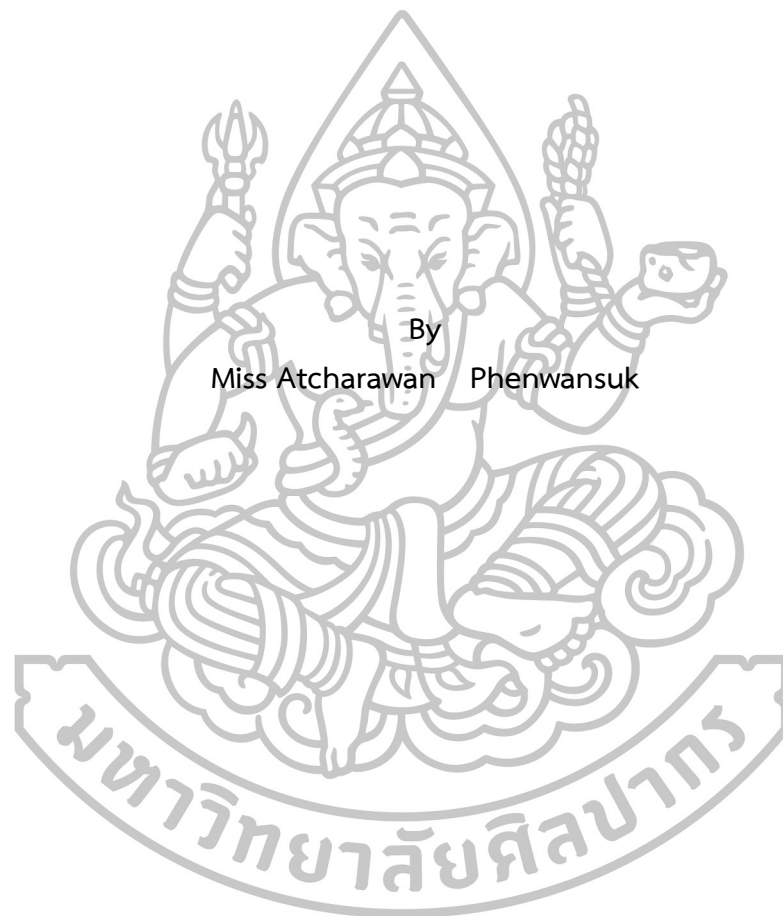
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว
ของผู้ประกอบการในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

STRATEGIES FOR THE COMPETENCY DEVELOPMENT IN TOURISM MANAGEMENT
OF ENTREPRENEURS IN THAILAND



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Doctor of Philosophy Program in Management
Program of management
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2015
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ยุทธศาสตร์การ
พัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย” เสนอโดย
นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ศาสตราจารย์ ดร.นำชัย ทนุผล
2. อาจารย์ ดร.ละเอียต ศิลาน้อย

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

...../...../.....

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา)

...../...../.....

..... กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.นำชัย ทนุผล)

...../...../.....

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ละเอียต ศิลาน้อย)

...../...../.....



54604836: สาขาวิชาการจัดการ

คำสำคัญ: ชีตความสามารถ / การจัดการธุรกิจนำเที่ยว

อัจฉรวรรณ เพ็ญวันศุกร์: ยุทธศาสตร์การพัฒนาชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ศ.ดร.นำชัย ทนุผล และ อาจารย์ ดร.ละเอียต ศิลาน้อย. 292 หน้า.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ 2) วิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานของปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่ส่งผลต่อความแตกต่างในชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว 3) เปรียบเทียบชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน และ 4) ค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากตัวอย่างที่ได้มาเป็นการสุ่มแบบมีระบบ ซึ่งประชากรเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 371 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยใช้สถิติ t-test และ f-test ส่วนวิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 23 ราย และการจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายจำนวน 20 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ แต่เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงาน รายได้สุทธิ และสาขาที่จดทะเบียนธุรกิจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมทั้งผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่แตกต่างกัน มีชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) มีชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่มีความแตกต่างกัน เห็นได้ว่ารูปแบบธุรกิจดังกล่าวเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น แต่ความแตกต่างขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการภายในองค์การเท่านั้น

การค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการใช้การวิเคราะห์ TOWS Matrix มากำหนดเป็น 4 ยุทธศาสตร์ 11 กลยุทธ์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสู่ระดับสากลประกอบด้วย 3 กลยุทธ์คือ 1) ธรรมาภิบาลสร้างผู้นำสู่ระดับสากล 2) มุ่งเน้นการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ 3) เสริมสร้างความเข้มแข็งของบุคลากร เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืนประกอบด้วย 2 กลยุทธ์คือ 1) เรียนรู้ อยู่ร่วม อย่างเข้าใจบนความต่างของวัฒนธรรม 2) พันธมิตรทางธุรกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์คือ 1) การสร้างและเพิ่มมูลค่า 2) การตลาดเชิงบูรณาการ 3) การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและปรับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของภาครัฐสู่การพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืนประกอบด้วย 3 กลยุทธ์คือ 1) รักษาเสถียรภาพการท่องเที่ยว 2) การจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว 3) การปรับตัวให้เชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน

สาขาวิชาการจัดการ

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

54604836: MAJOR: MANAGEMENT

KEY WORDS:COMPETENCY / TOURISM MANAGEMENT

ATCHARAWAN PHENWANSUK: STRATEGIES FOR THE COMPETENCY DEVELOPMENT IN TOURISM MANAGEMENT OF ENTREPRENEURS IN THAILAND. THESIS ADVISORS: PROF. NUMCHAI THANUPOL, Ph.D. AND LA-IARD SILANOI, Ph.D. 292 pp.

This research objectives were to (1) study the competency for tourism management of entrepreneurs (2) analyze the differences of personal attributes, tourism features and behavior recognitions of Company Limited, Limited Partnership and Proprietorship which resulted the competency differences for tourism management (3) compare the competency for tourism management of each entrepreneur which distinguished the different types of business (4) explore the strategies of competency's development for tourism management of entrepreneurs. This mixed methods research combined quantitative research and the qualitative research. The qualitative research applied questionnaires to collect data which the sample was the systematic random sampling. The participants who responded questionnaires were 371 tourism entrepreneurs from various tourism organizations or companies. The data analysis included percentage, average, standard deviation and independent t-test and f-test. In relation to the qualitative research, in-depth interviews with 23 stakeholders were used and the arranged meetings with 20 participants was organized to brainstorm of the proposed policies.

The result of this research found that three tourism business types: Company Limited, Limited Partnership and Proprietorship indicated low levels of the competency for tourism management. Furthermore, the statistics were analyzed the three types of business and the results again presented low levels of the competency for tourism management with the difference averages. These were caused by positions, experiences, net income of entrepreneurs. The three types of tourism business were registered by low under dissimilar business titles, however, there were only differences among them in terms of various internal management methods.

TOWS Matrix was employed to analyze and designate to 4 strategic plans and 11 strategies to identify the competency development for tourism management of entrepreneurs as follows; Strategic 1: To enhance the standard management of entrepreneur to international level with 3 strategies 1) good governance for international leaderships 2) creative learning 3) strengthens staff for future changes. Strategic 2: To collaborate business with sustainability and stability together using 2 strategies 1) learning and living on the basis of understanding cultural difference 2) embracing business Alliance strategies. Strategic 3: To promote and develop the integrated tourism management innovation by using 3 strategies 1) creating and adding value 2) Integrated marketing 3) Sustainable tourism management. Strategic 4: To create and adapt administrative systems in tourism management of the government on sustainable tourism development through 3 strategies 1) tourism stability 2) Logistic management for tourism 3) broadening for ASEAN opportunity.

Program of Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature

Academic Year 2015

Thesis Advisors' signature 1. 2.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร.นำชัย ทนุผล ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนแนวทางในการทำวิจัย ซึ่งทำให้ข้าพเจ้าทำงานวิจัยชิ้นนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีและดร.ละเอียต ศิลาอ่อน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมของข้าพเจ้าที่แบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวโดยตรงเพื่อช่วยให้การทำวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นอีกทั้งรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ประธานกรรมการสอบรองศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ สังข์รักษา กรรมการผู้ควบคุมคุณภาพวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาสละเวลาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ให้มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ได้เหมาะสม ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.พิภพ วงษ์เงิน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย ดร.दनัย เทียนพุดดร.วีระเดช พันธุ์วิสาส และ ดร.ขจรเดช อภิชาติตรากุลที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย อันเป็นประโยชน์ในการวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดจนเพื่อนร่วมหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ รุ่นที่ 1 ทุกท่านที่คอยเกื้อกูลและให้กำลังใจที่ดีเสมอมา

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สำหรับการอนุมัติให้ทุนการศึกษา และให้การสนับสนุนตลอดระยะเวลาการศึกษา ซึ่งส่งผลให้วิทยานิพนธ์สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความราบรื่น

ผลแห่งคุณค่าอันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา คุณอาจารย์ ญาติมิตรทุกท่านที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดจนทำให้ผู้วิจัยได้พบกับความสำเร็จในครั้งนี้

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญตาราง.....	ญ
	สารบัญภาพ.....	ฎ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	คำถามในการวิจัย.....	3
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
	สมมติฐานของการวิจัย.....	4
	ขอบเขตของการวิจัย.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
	ส่วนที่ 1 ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	12
	บริบทเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.....	12
	บริบทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	13
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์.....	17
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ.....	21
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทาง ธุรกิจที่ยั่งยืน.....	22
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทาง ธุรกิจที่ยั่งยืน.....	24
	สรุปกรอบทฤษฎีในการวิจัย(Theoretical framework).....	33
	ส่วนที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual framework).....	34
	การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทาง ธุรกิจที่ยั่งยืน.....	35
	ตัวแปรศึกษาที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการ.....	40
	การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานที่มีผลต่อขีดความสามารถในการ แข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ.....	42
	ภาคสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย.....	59
	ส่วนที่ 3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ของผู้ประกอบการ.....	62

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย	82
	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	82
	การออกแบบการวิจัย	82
	วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ	85
	ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	85
	การสุ่มตัวอย่าง	85
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	86
	วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ	94
	ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก	94
	ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย ..	95
	ขั้นตอนการจัดประชุมและการเก็บรวบรวมข้อมูล	96
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	96
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	97
	ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว	98
	ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว	102
	ส่วนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และ	
	องค์การ.....	106
	ส่วนที่ 4 ชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ.....	110
	ส่วนที่ 5 ข้อมูลและทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	
	ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงาน	
	ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีผลต่อชิตความสามารถในการ	
	จัดการธุรกิจนำเที่ยว	112
	ส่วนที่ 6 ทดสอบสมมุติฐานการวิจัยการเปรียบเทียบว่าผู้ประกอบการที่มี	
	รูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีชิตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว	
	ที่แตกต่างกัน.....	121
	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	126
5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	130
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	130
	ชิตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ.....	131
	การพัฒนาการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงาน ที่มีผลต่อชิตความสามารถ	
	การจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ	138
	รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อชิตความสามารถการจัดการธุรกิจนำ	
	เที่ยวของผู้ประกอบการ	152
	ผลการสังเคราะห์ข้อสรุปจากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายสู่ข้อเสนอแนะ	
	ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาชิตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว	
	ของผู้ประกอบการในประเทศไทย	168

บทที่		หน้า
6	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	184
	สรุปผลการวิจัย	185
	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ.....	185
	การพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการ รับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยว...	187
	การเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจ มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ	190
	ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของ ผู้ประกอบการผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล	190
	อภิปรายผลการวิจัย	195
	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ.....	195
	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำ เที่ยวของผู้ประกอบการอันเนื่องมาจากความแตกต่างในคุณลักษณะ ส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรม การสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ.....	196
	ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	200
	ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี	200
	ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	201
	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	202
	ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ	203
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป	204
	รายการอ้างอิง	205
	ภาคผนวก.....	226
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ	227
	ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ	244
	ภาคผนวก ค คุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย	247
	ภาคผนวก ง ค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูล.....	260
	ภาคผนวก จ รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการให้สัมภาษณ์เชิงลึก.....	276
	ภาคผนวก ช หนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล	289
	ประวัติผู้วิจัย	292

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางสรุปรองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ.....	62
2	การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล	66
3	การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม	71
4	การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ.....	74
5	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและจำนวนตัวอย่างในแต่ละรูปแบบธุรกิจ ที่สุ่มมาศึกษา	85
6	จำนวนและร้อยละของการตอบกลับทางไปรษณีย์ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	93
7	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามเพศของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ.....	98
8	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอายุของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ	98
9	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาและคณะที่สำเร็จการศึกษาของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ	99
10	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ	100
11	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามจำนวนประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ.....	101
12	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามทุนจดทะเบียนธุรกิจของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ	103
13	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรายได้ของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ	103
14	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามสาขาจดทะเบียนธุรกิจของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ	104
15	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามประเภทธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ	105
16	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามจำนวนพนักงานประจำของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ	105
17	ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	107
18	ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	108
19	ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ	109
20	ค่าคะแนนเฉลี่ยของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ	111

ตารางที่		หน้า
21	ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจาก ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล	113
22	ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจาก ความแตกต่างในลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว.....	115
23	ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจาก ความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล	117
24	ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจาก ความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม	119
25	ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจาก ความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ.....	120
26	การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มี รูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน	122
27	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	123
28	การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ..	156
29	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสู่ระดับ สากล	169
30	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน.....	170
31	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ	171
32	ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและปรับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของภาครัฐสู่การพัฒนา ธุรกิจที่ยั่งยืน.....	173
33	ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์การวิจัย.....	248
34	ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับบุคคลของผู้ให้ข้อมูล	261
35	ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล.....	264
36	ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การของผู้ให้ข้อมูล	266
37	ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล	270
38	รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ที่ให้การสัมภาษณ์เชิงลึก.....	277
39	รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ที่เข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย	281

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบทฤษฎีในการวิจัย	34
2	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	80
3	ขั้นตอนการวิจัย	84
4	ผลการทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิด.....	125
5	การเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยไปสู่ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถ ในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย	183
6	การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่ง โครงสร้าง	279
7	การจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยการสนทนา กลุ่ม.....	282



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน และการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ก่อให้เกิดการเติบโตของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก จนทำให้เกิดเป็นภาคธุรกิจขนาดใหญ่ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556:19) และยังเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2011:ออนไลน์) ได้จัดให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 10 ของโลก อีกทั้งอุตสาหกรรมนี้ยังมีบทบาทความสำคัญในแง่ของการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ดุลการค้าและบริการของประเทศ การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) การกระจายรายได้ การจ้างงาน และการลงทุนของประเทศ(ธนภฤต สังข์เฉย, 2550:41) โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTCC, 2014:8) ได้ระบุสถิติของภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 9.0:GDP และมีการจ้างงานทั้งหมดถึงร้อยละ 6.6 นับเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้ามากในด้านการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่กำลังพัฒนาในประเทศอื่น โดยเฉพาะเมื่อวัดทางด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2551-2556 ซึ่งมีอัตราการการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ในขณะปี พ.ศ. 2557 กลับมีทิศทางชะลอตัวทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัวถึงร้อยละ 6.66 และรายได้จากการท่องเที่ยวหดตัวถึงร้อยละ 4.93 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2558) สาเหตุจากความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2551 จนต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าเงินมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554:8) และปัญหาความไม่สงบทางการเมือง (กรมการท่องเที่ยว, 2557:1) ยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ลดจำนวนการเที่ยวในประเทศลงถึงร้อยละ 41 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557:11) รวมทั้งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางเน้นท่องเที่ยวระยะใกล้และใช้เวลาเดินทางสั้นลง (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2557:5) ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวเชื่อมให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ และความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม จากปัญหาดังกล่าว ย่อมต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคธุรกิจร่วมกันให้เกิดการพัฒนาและมีมาตรฐาน (นิภา วธานิชกุล, 2547:11) โดยเฉพาะภาคธุรกิจนำเที่ยวนับเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งรวมการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งในด้านยานพาหนะ สถานที่พัก อาหาร การนำชมสถานที่และบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อนำมาขายในรูปแบบต่าง ๆ (บังอร ฉัตรรุ่งเรือง, 2554:2) เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น อีกทั้งธุรกิจนำเที่ยวยังทำหน้าที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมการผลิต ให้มีประสิทธิภาพและขยายฐานการส่งออกได้มากขึ้น ดังนั้นไทยจึง

จำเป็นต้องพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สามารถขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต่อเนื่อง สามารถเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศ ซึ่งเหมือนประเทศที่พัฒนาแล้วใช้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ผ่านมา (กรุงเทพธุรกิจ,2556) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559) ที่มุ่งเน้นการฟื้นฟู กระตุ้นให้เกิดการขยายตัว และความยั่งยืนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ในการสร้างศักยภาพการหารายได้ เพื่อนำมาพัฒนาให้มีความพร้อมด้านขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2554:25) และสอดคล้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2555-2559 ที่มุ่งเน้นด้านการตลาดสมัยใหม่ พัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และเน้นจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับบริบทการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมของคนและระบบให้สามารถปรับตัวพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2554:2) โดยเฉพาะการรวมกลุ่มจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มีจุดมุ่งหมายหลัก คือการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาคอาเซียน พัฒนาเศรษฐกิจให้ยั่งยืน และบูรณาการภูมิภาคอาเซียนเข้ากับเศรษฐกิจโลก นำไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (single market and production base) นั้นหมายถึง จะต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน การเคลื่อนย้ายแหล่งเงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี สามารถดำเนินการที่ไหนก็ได้ โดยสามารถใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ ทั้งวัตถุดิบและแรงงานร่วมกัน ซึ่งมีมาตรฐานสินค้า กฎเกณฑ์ ระเบียบเดียวกัน (ธวัชวรรณ กนิษฐ์พงศ์,2553:72)ปราศจากอุปสรรคในด้านภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษี (อภิญา เลื่อนฉวี,2553: 2) โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจการผลิตและบริการ 12 สาขา ที่ได้รับความเห็นชอบให้มีการผลักดันอย่างเร่งด่วนในการรวมกลุ่ม ซึ่งประเทศไทยได้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและสาขาการบินเพื่อเป็นการนำร่อง ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการยกระดับประเทศไทยให้ได้รับการยอมรับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน โดยมีวัฒนธรรมไทยที่ถูกสืบทอดกันมานาน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถทำให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำคัญของโลก สิ่งเหล่านี้จึงเป็นแหล่งที่มาของการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประเทศ (กรมการท่องเที่ยว,2557) แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยสำคัญต่อการปรับโครงสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555 มีการจัดอันดับทั้ง 59 ประเทศทั่วโลก ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 30 ลดลงจากอันดับที่ 27 ในปี พ.ศ. 2554 เนื่องจากไทยประสบปัญหาการพัฒนาประเทศลดลง 4 ด้าน คือ ประสิทธิภาพด้านเศรษฐกิจ ด้านการทำงานของรัฐบาล ด้านธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน (โพสท์ทูเดย์,2555) ซึ่งนับวันประเทศไทยจะได้รับการจัดอันดับตกต่ำลงเรื่อย ๆ จนทำให้นักลงทุนต่างชาติที่มีความพร้อมมากกว่าเข้ามาแข่งขันทางธุรกิจได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการไทยในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แข่งขันได้ยากและจะสูญหายไปเหมือนดังที่เกิดจากกรณี การเกิดร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เข้ามาดำเนินการในประเทศไทย ทำให้ต้องปิดกิจการลงไปเป็นจำนวนมาก (กรุงเทพธุรกิจ,2556) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการไทย และก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวข้างต้น

ในการท้าววิจัยเชิงสังคมศาสตร์นั้น หัวใจสำคัญอยู่ที่การศึกษาปรากฏการณ์(phenomenon) ที่เป็นปัญหาต่อสังคมไทย เพื่อนำมาแก้ปัญหาเชิงปฏิบัติและเพิ่มพูนองค์ความรู้เชิงทฤษฎี (มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์, 2552:6) ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบันและในอนาคต ขณะเดียวกัน หน่วยงานรัฐบาลได้มีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ และการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หากแต่ในด้านการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว นั้นยังไม่ปรากฏ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 นี้ ซึ่งจากฐานข้อมูลของ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ระบุว่าจำนวนผู้ขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว จดทะเบียนทั้งสิ้น 9,269 ราย แต่ผ่านการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2555 เพียง 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.85 เท่านั้น แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้แข่งขันธุรกิจเฉพาะใน 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน แต่ยังมีกลุ่มนอกอาเซียน เช่น ยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ที่สามารถเข้ามาลงทุนโดยใช้สิทธิจากกรอบความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เช่นกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) โดยผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นส่วนสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศไทย ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนด้านธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย ให้ก้าวเข้าสู่การดำเนินธุรกิจในกลุ่มอาเซียนต่อไป

คำถามในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์หาคำตอบเชิงประจักษ์ โดยมีคำถามการวิจัย ดังนี้

1. ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เป็นอย่างไร
2. คุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่แตกต่างกัน มีผลให้เกิดความแตกต่างในขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร
3. ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกันมีผลให้ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3. เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน

4. เพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานสำหรับการวิจัย เพื่อการทดสอบไว้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

3. ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล (บุคลิกภาพ การตั้งใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

4. ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

5. ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (มุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การ) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

6. ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative method research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย” โดยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยในบทที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บริบทเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว ตลอดจนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย ประกอบด้วย 1) การพัฒนาทุนมนุษย์ 2) ผู้ประกอบการ 3) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ และ 4) ความสามารถในการจัดการธุรกิจ ได้แก่ ผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรม

ระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร ด้วยกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการในแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น นำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 2 พื้นที่เพื่อให้สอดคล้องกับคำถามการวิจัยดังกล่าวข้างต้น มีดังต่อไปนี้

2.1 พื้นที่ศึกษา ผู้ประกอบการจำนวน 386 ราย ที่ได้จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวจนถึงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว, 2556)

2.2 พื้นที่ศึกษาหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว จากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และกรุงเทพฯ

3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารเพื่อคัดเลือกตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะตัวแปรที่ได้สังเคราะห์แนวคิดสำคัญของนักวิชาการจากผลการวิจัยที่นำมาศึกษาเท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรอิสระคือ 1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อน 2) ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจเงินทุนจดทะเบียนธุรกิจ รายได้สุทธิ สาขาจดทะเบียนธุรกิจประเภทธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนพนักงานประจำ 3) การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ประกอบด้วย บุคลิกภาพ การตั้งใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง 4) การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับกลุ่ม ประกอบด้วย การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม 5) การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับองค์การ ประกอบด้วย การมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การ

3.2 ตัวแปรตาม คือ ชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ ชีตความสามารถผู้นำระดับสากล ชีตความสามารถจัดการด้านวัฒนธรรมระหว่างชาติที่จำแนกรายละเอียดเป็น 3 ด้านคือ 1) ความสามารถรับรู้ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ 2) ด้านพฤติกรรมในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ 3) ด้านอารมณ์ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และชีตความสามารถจัดการฐานทรัพยากร

4. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลหลัก

4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (population) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการในประเทศไทย ครอบคลุม 4 ประเภท คือ นำเที่ยวต่างประเทศ นำเที่ยวภายในประเทศ นำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวในประเทศ และนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ จากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 9,269 แห่ง ที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

4.2 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (samples size) ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้ง 4 ประเภท ที่ระบุในข้อแรก แต่เนื่องจากประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 386 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic sampling) สุ่มจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนขนาดขององค์การ ได้แก่ บริษัทจำกัด 154 ราย ห้างหุ้นส่วน 28 ราย และเจ้าของคนเดียว 204 ราย

4.3 หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการระบุเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 23 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 8 คน เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยที่มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปีขึ้นไป ครอบคลุม 4 ประเภท คือ นำเที่ยวต่างประเทศ นำเที่ยวภายในประเทศ นำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวในประเทศ และนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของทุกภาคส่วน โดยผู้วิจัยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

- 1.1 บริษัทจำกัด จำนวน 3 คน
- 1.2 ห้างหุ้นส่วน จำนวน 2 คน
- 1.3 เจ้าของคนเดียว จำนวน 3 คน

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน จำนวน 7 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 ภาครัฐบาล จำนวน 3 คน
- 2.2 ภาคเอกชน จำนวน 2 คน
- 2.3 ภาครัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน

3. กลุ่มนักวิชาการ ที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว 10 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน ดังนี้

- 3.1 คณะกรรมการสมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 4 คน
- 3.2 คณะกรรมการโครงการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ประจำปี พ.ศ. 2556 จำนวน 2 คน
- 3.3 คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน
- 3.4 คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน

5. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และตัวแทนผู้ประกอบการในด้านธุรกิจนำเที่ยว โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 – เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลา 1 ปี 2 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องในการวิจัย เพื่อให้เข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ตรงกัน ดังนี้

ยุทธศาสตร์หมายถึง แนวทางการพัฒนา ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจ การปฏิบัติสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง กระบวนการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ โดยมีการกำหนดกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจ 3 รูปแบบธุรกิจ คือ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผู้นำระดับสากล หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่สามารถมีอิทธิพลเหนือคนอื่น และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อันประกอบด้วย การตระหนักรู้ตนเอง การเปลี่ยนแปลงตนเอง และมีความสนใจใฝ่รู้ ที่ทำให้เกิดผลงานอย่างไร้ขีดจำกัด และก่อให้เกิดคุณค่าด้านความสามารถในการแข่งขันหลักของธุรกิจ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของความเป็นผู้นำระดับสากล

2. ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีขีดความสามารถในการจัดการด้านความสามารถในการรับรู้ การจัดการอารมณ์ ในการยอมรับความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม การเอาใจใส่ และอดทนกับความไม่แน่นอนระหว่างวัฒนธรรม อีกทั้งด้านการจัดการพฤติกรรมติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศร่วมกัน

3. ด้านการจัดการฐานทรัพยากร หมายถึง ทรัพยากรต่างๆ ในธุรกิจนำเที่ยว โดยมีคุณสมบัติของทรัพยากรจะต้องมีคุณค่าของทรัพยากร เช่น เงินทุน เงินสดหมุนเวียนในการประกอบกิจการ ที่ดิน เครื่องมือ และพนักงาน มีความหายากของทรัพยากร เช่น ความลับทางการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เทคโนโลยี และความยากต่อการลอกเลียนแบบ เป็นทรัพยากรที่มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากทรัพยากรของคู่แข่งทางธุรกิจนำเที่ยว รวมทั้งมีความยากที่จะทดแทน นั้นหมายถึง ความไม่มีทรัพยากรหรือความสามารถขององค์การใดที่จะมาทดแทนได้ เช่น ความสามารถของพนักงาน ชื่อเสียงขององค์การ การสร้างตราสินค้า และบริการ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง บุคลากรวิชาชีพที่ปฏิบัติงานให้บริการด้านธุรกิจนำเที่ยว และจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการประธานและรองประธานบริหาร กรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยและผู้จัดการทั่วไป หรือมีตำแหน่งทางการบริหารที่มีคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมในการสร้างผลงานได้โดดเด่นในองค์การ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะที่แตกต่างกันทางคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ในองค์การด้วยปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่

1.1 เพศ คือ ลักษณะที่แตกต่างกันทางสรีระของผู้ให้ข้อมูล โดยจำแนกออกเป็น เพศชาย และเพศหญิง

1.2 อายุ คือ จำนวนปีที่เกิดมาของผู้ให้ข้อมูล ตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวันบันทึกข้อมูล (กรณีเกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

1.3 ระดับการศึกษา คือ วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดของผู้ให้ข้อมูล ที่ได้รับการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของรัฐหรือภาคเอกชน

1.4 ตำแหน่งหน้าที่ คือ ตำแหน่งงานในปัจจุบันของผู้ให้ข้อมูล ที่มีตำแหน่งในระดับการบริหารงานด้านธุรกิจนำเที่ยว

1.5 ประสบการณ์การทำงาน คือ ระยะเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลดำเนินกิจการในด้านการบริหารงานธุรกิจนำเที่ยว จนถึงวันที่บันทึกข้อมูล (กรณีเกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

1.6 ประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อน คือ ผู้ให้ข้อมูลเคยมีหรือไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ และระยะเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลดำเนินกิจการในด้านการบริหารงานธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ จนถึงวันที่บันทึกข้อมูล (กรณีเกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

2. ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ลักษณะที่แตกต่างกันของข้อมูลทั่วไปด้านธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่

2.1 รูปแบบธุรกิจ คือ ธุรกิจที่ผู้ให้ข้อมูลจดทะเบียนนิติบุคคล ในรูปแบบบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วน รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล คือ กิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจดังกล่าว ต้องจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2.2 เงินทุนจดทะเบียน คือ เงินทุนที่จดทะเบียนในระยะเริ่มต้นประกอบกิจการในรูปแบบธุรกิจนำเที่ยว

2.3 รายได้สุทธิ คือ ผลตอบแทนที่ได้มาจากการประกอบกิจการด้านธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล โดยระบุเป็นรายได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยเฉลี่ยต่อปี

2.4 สาขาที่จดทะเบียน คือ สาขาที่ผู้ให้ข้อมูลจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2.5 ประเภทธุรกิจนำเที่ยว คือ ผู้ให้ข้อมูลได้จดทะเบียน และระบุประเภทการจ้ดนำเที่ยวในใบประกอบธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2.6 จำนวนพนักงานประจำ คือพนักงานทุกระดับตำแหน่งที่องค์การจ้างให้ทำงานเป็นประจำ และเต็มเวลา โดยได้รับเงินเดือน สวัสดิการและผลประโยชน์ต่างๆ เป็นการตอบแทนการทำงานรายเดือน

3. การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล หมายถึง การรับรู้ของผู้ให้ข้อมูล ที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

3.1 บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะโดยรวมของผู้ให้ข้อมูล ที่ทำให้มีความแตกต่างกันในด้านการแสดงออกทางพฤติกรรมและลักษณะเฉพาะภายใน

3.2 การจูงใจ หมายถึง สิ่งจูงใจ หรือแรงผลักดันที่ให้ผู้ให้ข้อมูลปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ

3.3 การรับรู้ความสามารถในตนเอง หมายถึง ความเชื่อของผู้ให้ข้อมูลในความสามารถของตนเองด้านการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยว

4. การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับกลุ่ม หมายถึง การรับรู้ของผู้ให้ข้อมูล ที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

4.1 การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม หมายถึง กระบวนการที่สมาชิกภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่มร่วมกันสร้างและพัฒนาทัศนคติ เพื่อหาแนวทางตลอดจนวิธีการที่เหมาะสมในการลดปัญหาความขัดแย้ง จากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลที่ได้รับผลกระทบในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

4.2 ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม หมายถึง สมาชิกของผู้ให้ข้อมูลมีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะการทำงานเป็นกลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์และความสำเร็จในเป้าหมายร่วมกัน

5. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร หมายถึง การรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

5.1 การมุ่งเน้นการเรียนรู้ หมายถึง ลักษณะความสามารถของผู้ให้ข้อมูลได้มีส่วนร่วมและมีการแลกเปลี่ยนระหว่างกันในกิจกรรมสร้างสรรค์และใช้องค์ความรู้เพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร

5.2 วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง คุณสมบัติที่สมาชิกในธุรกิจนำเที่ยวแสดงออกในเวลาเดียวกัน ทั้งในวิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ ความเข้าใจ และระเบียบแบบแผนการประพฤติปฏิบัติต่อกัน ทำให้แต่ละธุรกิจนำเที่ยวมีความแตกต่างกัน

5.3 นวัตกรรมองค์กร หมายถึง ผู้ให้ข้อมูลที่มีศักยภาพในการนำเอาความรู้และความคิดมาสร้างสรรค์ธุรกิจนำเที่ยว เพื่อจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ กระบวนการจัดการ และสิ่งอื่นๆ ที่จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ เพื่อตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าและตลาด รวมทั้งต้องมีความแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวรายอื่น

5.4 เครือข่ายองค์กร หมายถึง ผู้ให้ข้อมูลมีปฏิสัมพันธ์เชื่อมโยงกับธุรกิจนำเที่ยวรายอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากรร่วมกัน ในการพัฒนาเครือข่าย

5.5 สภาพแวดล้อมขององค์กร หมายถึง ผู้ให้ข้อมูลสำรวจและวิเคราะห์ภายในและภายนอกของสภาพแวดล้อม ในธุรกิจนำเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่จะสามารถครอบครองในตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับอาเซียน คาดว่าเป็นประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้รับทราบและเข้าใจถึงขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอย่างแท้จริง และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางและวางแผนการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการจัดการองค์การให้มีคุณภาพสนองความต้องการของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการในประเทศไทย สามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ที่จะสามารถแบ่งปันในตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับอาเซียน

3. ผู้บริหารกรมการท่องเที่ยว ผู้บริหารสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ คณะกรรมการสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย คณะกรรมการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว และคณะกรรมการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในใช้ข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบาย สร้างกรอบมาตรฐานในการแข่งขันทางธุรกิจ ในการจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ และให้คำปรึกษา จัดอบรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจนำเที่ยว ให้เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ประกอบการที่ดำเนินการในประเทศไทยได้อย่างถูกต้องทิศทาง

4. นักวิชาการและนักวิจัยอื่น ๆ ได้พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อยอดทางงานวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวต่อไป



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โลกธุรกิจในอดีตที่ผ่านมา เข้ามาสู่ยุคโลกปัจจุบันด้วยการเกิดขึ้นของโลกไร้พรมแดน มีการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศเป็นไปอย่างเสรีมากยิ่งขึ้น ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลทำให้สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งล้วนเป็นผลที่เกิดจากตัวแปรสำคัญ คือ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี (ผลิน ภูัจญญ, 2546:4-5) ดังนั้นองค์การที่ต้องการก้าวสู่ความเป็นหนึ่ง จึงควรให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วยการสร้างให้เกิดความเข้าใจ โดยศึกษาสาเหตุที่แท้จริงของการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ และที่สำคัญจะต้องสามารถพยากรณ์ปรากฏการณ์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างแม่นยำด้วยการสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันแนวใหม่ การสร้างเครือข่ายธุรกิจที่มีประสิทธิผล และการเพิ่มพลังองค์ความรู้ในการสร้างความได้เปรียบในระหว่างประเทศ จึงเป็นฐานของการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย” นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากตำรา เอกสารวิชาการ วารสาร รายงานการวิจัย และการสืบค้นข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ในบทนี้ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ คือ ส่วนแรกเป็นการสร้างกรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework) โดยการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน อันประกอบด้วย ทฤษฎีความเป็นผู้นำระดับสากล ทฤษฎีการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และทฤษฎีการจัดการฐานทรัพยากร รวมทั้งศึกษาสภาพความเป็นไปเกี่ยวกับบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจในหลักการที่เป็นเป้าหมายของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว คือ “ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว” ส่วนที่สอง เป็นเรื่องการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย (conceptual framework) โดยการวิเคราะห์เชิงประจักษ์เกี่ยวกับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงระดับองค์การ และสรุปสมมุติฐานการวิจัย ส่วนสุดท้ายเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยที่กล่าวแล้วข้างต้น จึงต้องมีการศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบทฤษฎีในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

1. บริบทเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
 2. บริบทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์
 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ
 5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน
- ดังรายละเอียดต่อไปนี้

บริบทเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) หรืออาเซียนก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 โดยสมาชิกผู้ก่อตั้ง 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และ สิงคโปร์ ต่อมาได้มีประเทศต่างๆ เข้ามาเป็นสมาชิกเพิ่มเติม ได้แก่ บรูไน ดารุสซาลาม เวียดนาม ลาว พม่า และ กัมพูชา ตามลำดับ ปัจจุบันอาเซียนมีสมาชิกรวม 10 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการก่อตั้งเพื่อความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม ส่งเสริมสันติภาพ และความมั่นคง ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับต่างประเทศ และ องค์การระหว่างประเทศ ตลอดจนเสริมสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจให้ประชาชนในอาเซียนมีความเป็นอยู่ และ คุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งต่อมาอาเซียนได้ให้ความสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง โดยได้เห็นชอบร่วมกันในการดำเนินงานเพื่อบูรณาการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community : EEC) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555) ก้าวต่อไปของอาเซียนคือ การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ซึ่งเป็นเสาหลักหนึ่งใน 3 เสาหลัก ส่วนอีก 2 เสาหลัก ได้แก่ ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community : ASC) และประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community : ASCC) ภายในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) และการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นมีแนวคิดพื้นฐานว่า กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจจะมีตลาด และฐานการผลิตร่วมกัน (single market and single production base) มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ ลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี (free flows of goods, services, investment and skilled labors and freeflow of capital) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2548:12) จึงเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทยในการขยายการส่งออกทางการค้า และการบริการ นอกจากนี้ไทยยังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เนื่องจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทยเอื้ออำนวยให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาค และมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวทั้งในเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม

รวมทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจอื่นๆและความได้เปรียบด้านราคาทำให้เป็นเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวของผู้คนในประเทศอื่นๆ(สำนักนโยบายและแผน,ม.ป.ป.:22) ในปี พ.ศ. 2014 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนเข้ามาในประเทศไทยรวม 2.2 ล้านคน (กรมการท่องเที่ยว,2558) ดังนั้นไทยจึงได้รับมอบหมายให้เร่งประสานด้านกฎระเบียบในการออกวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางมาอาเซียนและยกเว้นวีซ่าสำหรับคนไทยที่เดินทางภายในอาเซียนสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลด้านการลงทุนด้านท่องเที่ยวของอาเซียนทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือของสถาบันทางวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงลึกด้านท่องเที่ยว(จิรารัตน์ โชคสุชาติ,2553:106) ดังนั้นการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปีค.ศ. 2015 ซึ่งจะทำให้มีการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานการค้าการลงทุนจะช่วยผลักดันให้การท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นด้วย

บริบทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) รัฐบาลกำหนดทิศทางให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าบริการ ส่งเสริมการลงทุนให้มีศักยภาพ ตลอดจนสามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้า และกระแสนความต้องการของตลาดโลก โดยพัฒนาฐานลงทุนให้เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งยังบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2554:73-74) ดังนั้นการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ พ.ศ.2555-2559 เพื่อให้มีทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและกีฬาของประเทศเป็นแนวทางปฏิบัติเดียวกัน จึงต้องมีความพร้อมของคน และระบบให้สามารถปรับตัวพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2554:ก) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนโดยคำนึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไป การกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาค เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศจัดงานแสดงต่างๆ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ โดยมีเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและมีการใช้จ่ายมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบูรณาการการทำงานร่วมกัน การกำหนดภารกิจ ขอบเขตของงานการพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

ดังนั้น ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ที่อยู่ภายใต้กรอบแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2555-2559) เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนให้เกิดประสิทธิผล โดยมีเป้าหมายคือ การส่งเสริมพัฒนาภาคการท่องเที่ยว ท่ามกลางการแข่งขันและสถานการณ์วิกฤตภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความรุนแรงมากขึ้น ทุกประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554:25) โดยเฉพาะด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันและแย่งชิงระหว่างบุคลากรในอาเซียน จึงมีการรับรองมาตรฐานอาชีพภายใต้กรอบความร่วมมือของอาเซียน ในขณะที่ไทยอาจไม่ใช่ประเทศที่ได้เปรียบที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554:20) จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันธุรกิจการท่องเที่ยว โดยพิจารณาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว เป็นแขนงหนึ่งที่มีความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549:3) ในปัจจุบันธุรกิจนำเที่ยวจัดเป็นธุรกิจหลักที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศในหลายๆ ประเทศด้วยกัน รวมทั้งในประเทศไทยเอง ด้านธุรกิจนำเที่ยวเป็นรายได้หลักเข้าสู่ประเทศ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่รัฐบาลให้การสนับสนุน (นิภา วชวานิชกุล, 2550:197) เพราะธุรกิจนำเที่ยวเป็นตัวกลางที่คอยประสานระหว่างนักท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีผู้ประกอบการให้บริการด้านการจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร กิจกรรมบันเทิง ตลอดจนร้านอาหารจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จะเห็นได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวนมาก และก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศที่สามารถนำไปชำระหนี้ดุลการค้าต่างประเทศ โดยสร้างดุลยภาพการชำระเงินให้เกิดการกระจายรายได้ ทำให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องเกิดรายได้ไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (นำชัย

ทนต์,2547:3) จากการเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้การประกอบธุรกิจนำเที่ยวเติบโต และขยายตัวได้อย่างกว้างขวาง ดังเช่น (ปรีชา แดงโรจน์,2544:30,อ้างถึงในกรภช จิตวิกราน โชนงนุช,2251:17) กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวนำมาซึ่งการพัฒนา 3 ด้านใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ด้านการพัฒนา เมื่อการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ย่อมทำให้พื้นที่นั้นได้รับการพัฒนา เช่น ระบบสาธารณสุข โภค การคมนาคม โรงแรม ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

2. ด้านเศรษฐกิจ นำรายได้มาสู่ประเทศ ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ในระบบเศรษฐกิจ เพิ่มผลผลิตส่วนรวมของประเทศเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ลดการว่างงาน รัฐมีรายได้มากขึ้นในรูปของภาษี

3. ด้านสังคม มีส่วนในการสร้างงานมีรายได้ จึงทำให้มีการกินดีอยู่ดี ประชาชนมีความสุข ช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบทและบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง และก่อให้เกิดการฟื้นฟูการอนุรักษ์ เกิดความภาคภูมิใจความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณีเกิดการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างมวลมนุษย

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของธุรกิจนำเที่ยว ในมุมมองที่สอดคล้องกัน ทั้งในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์(2551:2) ระบุว่า เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยว หรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ในขณะที่เดียวกัน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548:151) ได้ให้ความหมายธุรกิจนำเที่ยวว่าเป็นการดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ทั้งเป็นตัวแทนของธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจที่พัก ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน นอกจากนี้ ธุรกิจนำเที่ยวยังเป็นตัวดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งก็ต้องมีการเดินทาง แต่การเดินทางจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าขาดการขนส่ง และเมื่อเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวก็ต้องการบริการที่พัก อาหาร สิ่งบันเทิง การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การบริการ และมัคคุเทศก์แก่นักท่องเที่ยว นับได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมาก เพราะเป็นผู้ทำหน้าที่จัดทำรายการนำเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีรายการแจ้งให้ทราบถึงกำหนดวันเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยว (itinerary) โดยจัดการนำเสนอขายบริการท่องเที่ยวที่มีให้เลือกหลายรูปแบบ ทั้งในลักษณะการจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (inclusive tour) ซึ่งนักท่องเที่ยวจ่ายเงินครั้งเดียว ไม่มีค่าใช้จ่ายใดอีกจนสิ้นสุดการเดินทาง และลักษณะการจ้ดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายถูกกว่า แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้านอื่นเพิ่มขึ้น แต่สามารถเลือกได้ตามความต้องการและตามงบประมาณของนักท่องเที่ยว (พวงบุหงา ภูมิพานิช,2539:11) ในขณะที่นิภา วธานิชกุล (2547:149-150) ได้ระบุว่าธุรกิจนำเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ต้องมีการจ่ายค่าบริการก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือ

บริการ (prepaid) เป็นเรื่องทางด้านลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว และ 2) ต้องมีการจัดการล่วงหน้า (prearrange) ก่อนที่ลูกค้าจะรับบริการ เป็นเรื่องทางด้านธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นการเสนอขายจึงเปรียบเสมือนขายความฝันเพื่อสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว จึงประกอบด้วยกลไก 3 ฝ่าย คือ ผู้ผลิตรายการทัวร์ (tour operator) นำออกขายตรง ทำหน้าที่เป็นผู้ขายส่ง หรือขายผ่านบริษัทนำเที่ยว ทำหน้าที่เป็นผู้ขายปลีก จะมีรายได้อันเกิดจากค่านายหน้า ซึ่งได้รับมาจากผู้ผลิตรายการทัวร์ โดยทั้ง 2 ฝ่ายดังกล่าวไม่สามารถแยกออกจากกันโดยเด็ดขาดได้ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนมากหลายแห่งดำเนินการทั้งการขายส่งและขายปลีก ดังนั้นช่องทางในการขายของผู้ประกอบการจึงสามารถขายผ่านธุรกิจนำเที่ยวหรือขายตรงไปยังกลไกสุดท้ายคือ ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวนั่นเอง (นิภา วราวนิชกุล, 2550:200-201) นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยวสามารถดำเนินงานได้หลายวิธีการด้วยกัน ซึ่งบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549:18), นิภา วราวนิชกุล (2547:157-158) และ ฉันทิช วรรณถนอม, (2547:2) ได้นำเสนอการดำเนินงาน 3 ประเภทด้วยกัน คือ 1) ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทย (domestic tour) ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยธุรกิจนำเที่ยวไทยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวทั้งหมด 2) ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ (outbound tour) โดยธุรกิจนำเที่ยวไทยจะติดต่อผ่านธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนทางการท่องเที่ยวในต่างประเทศให้กับธุรกิจนำเที่ยวไทย และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวไทยขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในต่างประเทศ ส่วนธุรกิจนำเที่ยวในไทยจะเป็นผู้รับผิดชอบในด้านการตลาด ส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยว 3) ธุรกิจนำเที่ยวที่บริการจัดนำเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย (inbound tour) โดยธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย จะติดต่อผ่านธุรกิจนำเที่ยวในไทย ด้วยการจัดนำเที่ยวตามความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ หรือธุรกิจนำเที่ยวไทยจัดเสนอขายบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไปยังธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 ได้ออกกฎกระทรวงการอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว พ.ศ.2556 ได้ระบุเพิ่มเติมอีก 1 ประเภทธุรกิจนำเที่ยวในการจดทะเบียนใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว คือ 4) ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ (local tour) เป็นการจัดนำเที่ยวได้ในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใด และจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในประเภทนี้ คือ ประสิทธิภาพในการจัดการและมัคคุเทศก์ต้องมีคุณภาพด้วยการพูดภาษาของนักท่องเที่ยวหรือสามารถพูดภาษากลางที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมีความรู้กว้างขวางเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อเป็นการสร้างศรัทธา และความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากนิยามและประเภทต่าง ๆ ของธุรกิจนำเที่ยวที่กล่าวมาแล้วนั้น สรุปได้ว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร บันเทิง บริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวเป็นตัวแทนจัดการติดต่อกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในด้านการวางแผน แนะนำ ตลอดจนการจัดรายการนำเที่ยวทั้งรายบุคคลและกลุ่มบุคคลในหลากหลายรูปแบบให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและเกิดความประทับใจในการบริการและให้เกิดการซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวซึ่งส่งผลให้ประเภทการจัดนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวใน

ปัจจุบันมีความหลากหลายตามไปด้วย ซึ่งแบ่งออกได้ 4 ประเภทคือ การจ้ดนำเที่ยวภายในประเทศ การจ้ดนำเที่ยวเข้ามาในประเทศ การจ้ดนำเที่ยวนอกประเทศ และการจ้ดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ แต่ละแห่งจะทำธุรกิจเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง ใน 4 ประเภทดังกล่าว แต่อาจจะมืบางแห่งที่อาจทำธุรกิจมากกว่าหนึ่งประเภทไปพร้อมกันได้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนั้นๆ (นิภา วราวนิชกุล, 2547:158) ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการของผู้ประกอบการ ที่จัดการในด้านคน เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ และเทคนิคการจัดการ นอกจากนั้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2549:175) ยังระบุว่าถ้าหากขาดการจัดการที่ดียอมทำให้ธุรกิจนำเที่ยวนั้น ๆ ขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ยิ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมาก ยิ่งจำเป็นต้องอาศัยคนที่มีความรู้ความสามารถมาดำเนินงานให้ธุรกิจนำเที่ยวมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน ราณี อีสัชยกุล(2550:2) กล่าวว่า คน คือ ทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่ต้องให้บริการและติดต่อสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยว จึงกลายเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์และผลสำเร็จของ้องค์การ กล่าวได้ว่าท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันเสรีทางการค้าของกระแสโลก ส่งผลให้ประเทศต้องมืบทบาทแข่งขันในการเพิ่มศักยภาพและผลิตภาพของประเทศตนปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวตัดสินว่าประเทศเราจะไปทิศทางใดก็ขึ้นอยู่กับคนเป็นทุนที่สำคัญที่สุดในการพัฒนา เพราะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะนำไปสู่การพัฒนาในทุกๆ ด้าน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์

ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ความสำคัญแก่การพัฒนาคนอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504-2509) จนในปัจจุบัน ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) เริ่มมีการพัฒนาคนมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) เป็นต้นมา เริ่มมีทิศทางเปลี่ยนไปเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ยั่งยืน และเป็นจุดศูนย์กลางของการพัฒนา ดังนั้นทรัพยากรมนุษย์จึงนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการพัฒนาประเทศ ในการเพิ่มหรือลดศักยภาพการแข่งขัน (จารุมา อชกุล, 2543:127-128) ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการแข่งขันด้านศักยภาพของมนุษย์ในด้านความรู้ ถือว่าเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของผลผลิตส่วนบุคคลและประเทศชาติ ซึ่งตัวชี้วัดขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร คือ ทุนมนุษย์ (วิกิพีเดีย, 2556) ผู้สร้างสรรพลัง จนกระทั่งกลายเป็นผลผลิตหรือการบริการที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรสู่สาธารณชน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนในประเทศสมาชิกอาเซียน ในด้านการบริหารจัดการภายใน และได้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาทุนมนุษย์มาก คือ ประเทศสิงคโปร์ ผลลัพธ์ที่ได้ คือการถูกยอมรับจากนานาประเทศทั้งในด้านมูลค่าประสิทธิภาพแรงงาน โอกาสทางธุรกิจ และด้านสิ่งแวดล้อมในการลงทุนอยู่ในอันดับ 1 ของโลกทั้งสิ้นใน ค.ศ. 2011-2012 (กิริติ ทวีทรัพย์, 2555)ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวสามารถสร้างสรรค์งานอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยความสามารถทางการจัดการของผู้บริหารในองค์กร

ล้วนแต่จำเป็นที่จะต้องจัดสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างชาญฉลาดให้แก่องค์กร เพราะทุนมนุษย์เป็นทุนทางสังคม ที่มีคุณค่าสร้างประโยชน์นานับการแก่สังคม ดังนั้นการมุ่งปลูกฝังแนวความคิดและจิตสำนึกให้ผู้บริหารเปลี่ยนมุมมองที่เคยมองมนุษย์เป็นเพียงกำลังแรงงานมาเป็นการมองมนุษย์อย่างมีคุณค่าที่สามารถสร้างสรรค์ประโยชน์อย่างมหาศาลต่อองค์กร จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง (พยอม วงศ์สารศรี, 2538:1) เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่จะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ ดังนั้นก่อนที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ จึงขอเสนอความหมายเกี่ยวกับทุนมนุษย์ ดังนี้

นิยามและความหมายของทุนมนุษย์ คำว่า ทุนมนุษย์ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย แตกต่างกันไปดังเช่น ซีโอดอร์ ชูลท์ส (Theodore W. Schultz, อ้างถึงในนิสตากร์ เวชยานนท์, 2552:2) ได้ให้ความหมายทุนมนุษย์ว่า ความสามารถหลาย ๆ อย่างที่อยู่ในตัวคน ทั้งที่ติดตัวมาแต่กำเนิดหรือเกิดจากการสะสมเรียนรู้ โดยแต่ละบุคคลที่เกิดมาจะมีคุณสมบัติเฉพาะบุคคลเป็นตัวบ่งชี้ความสามารถคุณลักษณะเหล่านี้ เป็นคุณลักษณะที่มีคุณค่าจะเพิ่มขึ้นต่อเมื่อมีการลงทุนที่เหมาะสม ปรากฏขึ้นครั้งแรกในบทความ Investment in Human Capital (1961) ตีพิมพ์ลงในวารสาร American Economic Review นอกจากนี้เบเกอร์ (Beaker, อ้างถึงในจิระ หงส์ดามรงค์, 2555:70-71) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าทุนมนุษย์ในขั้นพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรก คือมนุษย์เริ่มมาเท่ากันจะพัฒนาหรือลงทุนให้เขามีคุณค่า หรือแตกต่างจากบุคคลอื่นต้องลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้นจึงใช้คำว่า ทุนมนุษย์ เนื่องจากเราไม่สามารถแยกคนออกจากความรู้ ความสามารถ ทักษะ หรือคุณค่าที่เขามีได้ (นิสตากร์ เวชยานนท์, 2552:3) สำหรับสมาคมทางด้านการวิจัยทรัพยากรมนุษย์ให้คำจำกัดความของทุนมนุษย์ไว้ว่า ผลรวมของคุณลักษณะต่าง ๆ ประสบการณ์ชีวิต ความรู้ พลัง ความปรารถนา ซึ่งคนนำเอามาลงทุนในการทำงาน จากความหมายของทุนมนุษย์ดังกล่าวจะสรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับมนุษย์ในยุคของการวัดค่ามนุษย์ให้เห็นเชิงประจักษ์ (empirical) เพื่อตีค่าและบันทึกแสดงผลออกมาให้เห็นชัดเจนเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถสร้างคุณค่าหรือทุนมนุษย์ที่มีคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตนเองออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทุนมนุษย์

ทฤษฎีทุนมนุษย์ได้มีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลต่อทฤษฎีทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐานมาจากนักวิชาการเศรษฐศาสตร์หลายท่านอาทิเช่น เบเกอร์ (Becker, 1930:12) และ ชูลท์ส (Schultz, 1961:3) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทุนมนุษย์ ได้กล่าวว่า “แรงงาน” ถือเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของผลผลิตถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร นั้นแสดงว่าองค์กรใดมีทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพบางคนอาจเรียกว่าขีดความสามารถในการแข่งขัน (จิระ หงส์ดามรงค์, 2555:71) มีคุณลักษณะเหมาะสมกับองค์กร ย่อมทำให้องค์กรก้าวไปในทิศทางที่พึงประสงค์ ประกอบกับก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้องค์กรอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ดังนั้นการยกระดับฝีมือแรงงาน คือ การมุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าในทุนมนุษย์ให้สูงขึ้น และเมื่อ

วิเคราะห์ แนวคิดเรื่องทุนมนุษย์ยังมีความเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ การคิด วิเคราะห์ คือ ทุนทางปัญญา (intellectual capital) แต่ไม่ใช่แค่มีความรู้ ทักษะเท่านั้น ต้องเป็นคนดี คิดดี ทำดี คิดเพื่อส่วนรวม คือ ทุนทางคุณธรรมและจริยธรรม (ethical capital) รวมทั้งในโลกของการแข่งขัน การจะอยู่รอดในสังคมอาเซียนเสรีนั้น วัตถุนิยมไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุด แต่คุณภาพมนุษย์ที่มีความสุขในการทำงานสำคัญกว่า นั่นคือ ทุนแห่งความสุข (happiness capital) ในขณะที่เดียวกันคุณสมบัติสำคัญที่จะทำให้ทุนมนุษย์มีคุณภาพสูงขึ้น คือ ทุนทางสังคม (social capital) โดยเฉพาะในยุคอาเซียนเสรีคนไทยต้องพร้อมที่จะมีเครือข่ายที่กว้างขวางมากขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและศักยภาพในการแข่งขัน มีข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน โดยนำทุนทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (digital capital) มาใช้ให้เกิดการพัฒนาด้านการเรียนรู้ การแสวงหาข้อมูลที่ทันสมัย การสื่อสารที่เข้าถึงลูกค้าได้มากและรวดเร็ว รวมถึงการแบ่งปันความรู้สู่สังคม และต้องมีทัศนคติเชิงบวก มองโอกาส ความเสี่ยง เตรียมความพร้อมเชิงรุกและรับ และพร้อมที่จะพัฒนาตัวเอง นั่นคือ ทุนอัจฉริยะ (talented capital) ส่วนทุนตัวสุดท้าย คือ ทุนแห่งความยั่งยืน (sustainable capital) เป็นการมองสิ่งที่จะทำในระยะสั้นต้องไม่ขัดแย้งหรือสร้างปัญหาในระยะยาวและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ด้วยการนำแนวทางของจිරะ หงส์ลดารมย์ (2555:70-102) ในการสร้างและพัฒนาทุนมนุษย์ด้วยทฤษฎีทุน 8 ประการ เตรียมตัวเป็นประชาคมอาเซียนใน ค.ศ. 2015 เป็นเข็มทิศในการสร้างและพัฒนาศักยภาพหรือคุณภาพของทุนมนุษย์ทั้งในระดับบุคคล องค์กร สังคม และประเทศชาติได้เป็นอย่างดี จากแนวคิดด้านทุนมนุษย์ที่มีการพัฒนาความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีบอริส และคณะ (Boris, et al, 2006:1) ได้สรุปแนวคิดทฤษฎีทุนมนุษย์ว่าควรกำหนดรูปแบบ ทักษะและผลลัพธ์ที่สามารถถ่ายโอนกันได้ เรียกว่า Portfolio Model of Human capital ซึ่งมี 5 ลักษณะ ดังนี้

1. ทุนมนุษย์ด้านการจัดการทั่วไป (general management human capital) คือ ความสามารถในการจัดการทั่วไป ซึ่งเป็นระบบการบริหารที่นำไปสู่การปฏิบัติ ในด้านต่าง ๆ เช่นด้านการเงิน ด้านเทคนิค และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงภาวะผู้นำ ความสามารถในการตัดสินใจ จัดการกับปัญหา พันธกิจ สู่ความชำนาญในหน้าที่การงาน ขณะที่ประเภทของทักษะการจัดการเหล่านี้สามารถถ่ายโอนได้สูง ผู้บริหารในทุกองค์กรต้องมีการพัฒนาความสามารถด้านการจัดการทั่วไป เมื่อมีการก้าวเข้าสู่ตำแหน่งผู้บริหารหรือผู้จัดการทั่วไปในองค์กรใหม่ ถือว่าเป็นการถ่ายโอนการจัดการความรู้จากที่เดิมมาสู่ที่ใหม่ เป็นการถ่ายโอนทั้งความรู้และประสบการณ์และได้รับความผิดชอบเพิ่มขึ้น

2. ทุนมนุษย์ด้านกลยุทธ์ (strategic human capital) คือทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพหรือความสามารถด้านกลยุทธ์ จนเกิดความชำนาญจากประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือทักษะยุทธศาสตร์เฉพาะด้าน เช่น กลยุทธ์การลดต้นทุนกลยุทธ์การเติบโต และกลยุทธ์การตลาด ทุนมนุษย์ลักษณะนี้สามารถถ่ายโอนไปยังองค์กรอื่น ๆ ที่มีสถานการณ์คล้ายกันท่ามกลางความท้าทายเชิงกลยุทธ์ นั่นหมายถึง แรงกดดันและแรงผลักดันต่าง ๆ ในการแข่งขันอนาคตขององค์กร เมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่มีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ภายนอกอาจเกี่ยวกับความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความเสี่ยงด้านการเงิน สังคม

ส่วนความท้าทายเชิงกลยุทธ์ภายใน อาจเกี่ยวกับขีดความสามารถขององค์กร หรือทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ ขององค์กร (อำนาจ อีระวนิช, 2549: 9) โดยใช้ทุนมนุษย์ด้านกลยุทธ์เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินการในการวิเคราะห์สถานการณ์ให้สามารถปรับปรุงและจัดการกับสภาพแวดล้อมต่อไปได้

3. ทุนมนุษย์ด้านอุตสาหกรรม (industrial human capital) คือ ทุนมนุษย์ที่มีความสามารถในด้านเทคนิคการถ่ายทอดการเรียนรู้และกำหนดกฎเกณฑ์ เหมาะสมสำหรับการจัดการลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่าย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การส่งมอบงานในอุตสาหกรรม และผู้แข่งขัน สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในงานอุตสาหกรรม

4. ทุนมนุษย์ด้านความสัมพันธ์ (relationship human capital) คือ ทุนมนุษย์ด้านความสัมพันธ์ที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของผู้บริหาร ในการสร้างความสัมพันธ์กับทีมงานหรือเพื่อนร่วมงาน การสร้างเครือข่าย และทุนทางสังคมเป็นสินทรัพย์ที่มีค่า เช่น ทักษะเฉพาะงาน เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการบริหารงานให้เกิดความสำเร็จกับหน่วยงาน กล่าวโดยสรุป ผลของการทำงานเป็นทีม และเครือข่ายก่อให้เกิดประสิทธิภาพ

5. ทุนมนุษย์ด้านความสามารถเฉพาะงาน (company specific) หมายถึงความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวกับงานที่ทำและวิธีการโครงสร้างขององค์กร วัฒนธรรมองค์กร บรรทัดฐานที่ไม่เป็นทางการ คือ กฎเกณฑ์ของสังคมที่ไม่มีลายลักษณ์อักษร แต่คนของสังคมเข้าใจหรือทราบกันเป็นอย่างดี และประสบการณ์กับการจัดการระบบและกระบวนการดำเนินงานที่มีลักษณะเฉพาะขององค์กร ทุนมนุษย์แบบนี้ถ่ายโอนไปสู่องค์กรอื่นได้น้อยที่สุดใน 5 ลักษณะข้างต้น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในระบบและกระบวนการขององค์กร

จากลักษณะของทุนมนุษย์ทั้ง 5 ลักษณะข้างต้น ทุนมนุษย์ลักษณะที่ 1 คือทุนมนุษย์ด้านจัดการทั่วไปสามารถถ่ายโอนไปสู่องค์กรอื่น ๆ ได้ง่ายที่สุด ใน 5 ลักษณะเรียงลงมาตามลำดับคือ ลักษณะทุนมนุษย์ด้านกลยุทธ์ทุนมนุษย์ด้านอุตสาหกรรม ทุนมนุษย์ด้านความสัมพันธ์ และทุนมนุษย์ด้านความสามารถเฉพาะงาน (दारง วงษ์โชติปันทอง, 2552: 34) ในขณะเดียวกันจิระ หงส์ลดารมย์ (2555: 229-230) กล่าวว่า “ทำไมคนเรียนน้อยบางคนมีรายได้สูง หรือทำไมคนที่เรียนมาเท่ากันรายได้จึงไม่เท่ากัน สิ่งเหล่านี้เป็นที่มา ที่ผู้วิจัยจะศึกษา “คุณภาพของทุนมนุษย์” หรือเรียกว่า “ขีดความสามารถในการแข่งขัน” (competencies) และได้อ้างอิงถึงทฤษฎี 3 วงกลม เป็นแนวคิดเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หนึ่งในทฤษฎีเป็นเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญในการทำงานยุคใหม่ ประกอบด้วย 5 เรื่อง คือ สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (functional competency) สมรรถนะขององค์กร (organizational competency) สมรรถนะหลักของภาวะผู้นำ (leadership competency) สมรรถนะด้านประกอบการ (entrepreneurial competency) และสมรรถนะระดับมหภาคและสมรรถนะระดับโลก (macro and global Competency) นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านคือ สมชาย ภคภาสวิวัฒน์ วิเคราะห์เจาะลึกไปอีกว่า “คนไทยต้องฝึกในเรื่องของขีดความสามารถในการแข่งขันตามทฤษฎีของแกรี่ แฮมเมล (Gary Hamel) ว่า หากคุณต้องการความสำเร็จ คุณต้องสร้างความต่างที่เลียนแบบได้ยาก ในขณะที่เดียวกันความต่างนี้

ต้องแปลงเป็นสินค้าและบริการไปสู่ความหลากหลาย สิ่งเหล่านี้สามารถพัฒนาคนไทยไปสู่เวทีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้(จิระ หงส์ถาวรย์,2555:149)

กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทุนมนุษย์ที่กล่าวมานั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน นั้นหมายถึงจับต้องไม่ได้ ไม่มีรูปร่าง แต่ผลจากทุนมนุษย์ก่อให้เกิดทรัพย์สินที่จับต้องได้และเป็นรูปธรรมได้ เช่น ภาพพจน์ขององค์กร และขีดความสามารถในการแข่งขันของบุคลากร เป็นต้น ท้องค์การต้องให้ความเอาใจใส่ เพราะในยุคปัจจุบันองค์กรถูกวัดและตรวจสอบในการหาความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงของข้อมูล เพื่อนำไปสรุปผลไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงานและการมีส่วนร่วม ด้านผลการปฏิบัติงาน และด้านมูลค่าเพิ่มของบุคลากร (ศิริพงษ์ เสาภายนะ ,2551:135) เพื่อให้ทุนมนุษย์ที่มีคุณค่าแก่องค์การอย่างแท้จริง จึงสามารถกล่าวได้ว่าการลงทุนมนุษย์เป็นการลงทุนที่ก่อให้เกิดคุณค่า สร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับมนุษย์ สังคม และประเทศชาติ ในการขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถแข่งขันและก้าวสู่องค์กรชั้นนำได้

ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์ มาใช้เป็นการรอบในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้น ในการพัฒนาดังกล่าว ผู้ประกอบการจะต้องเล็งเห็นความสำคัญ โดยผู้วิจัยได้มุ่งเน้นปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และระดับองค์กรที่สามารถนำไปสู่ความเติบโตและยั่งยืนในระยะยาวได้ในที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่ เนื่องจากเป็นผู้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพลังทางเศรษฐกิจด้านต่างๆ (อำนาจ ชีระวนิช,2449:29) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย แตกต่างกันไปดังที่ พจนานุกรมภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยออกฟอร์ด (Oxford University,2000) และอำนาจ ชีระวนิช(2549:30-31) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่าเป็นบุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่เผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของธุรกิจ เพื่อหาผลกำไรและการเติบโตจากโอกาสในการประกอบการและรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับลงทุนในการดำเนินกิจการด้วยตนเอง ซึ่งทำหน้าที่การจัดการวางแผน การจัดองค์การการนำและการควบคุม ในขณะที่เจฟฟรีย์ (Jeffrey,2003:11) ศาสตราจารย์ด้านผู้ประกอบการ เขาได้ให้ความหมายผู้ประกอบการ คือ มนุษย์ ผู้ที่กระทำอย่างสร้างสรรค์ โดยสร้างบางสิ่งบางอย่างให้มีคุณค่า มันคือการเกาะติดโอกาส ไม่ว่าจะไม่มีหรือไม่มีทรัพยากรอยู่ในมือ และต้องการวิสัยทัศน์ ที่จะนำผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม และเต็มใจที่จะลองเสี่ยง ในขณะที่เดียวกันชิมเมอร์เลอร์ และสคราเบราร์ท (Zimmererand Scarborough,2005:1) ได้ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการ คือบุคคลผู้ซึ่งสร้างธุรกิจใหม่ในท่ามกลางความเสี่ยงและความไม่แน่นอน เพื่อจุดมุ่งหมายในการบรรลุกำไรและการเติบโต โดยการค้นพบโอกาสและรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นในการเกาะกุมโอกาสนั้น ๆ สอดคล้องกับธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค(2554) กล่าวว่าผู้ประกอบการ คือบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ใน

การหาโอกาสธุรกิจใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยง ในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ มาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ ฟานเดอร์ และบรัช (Vander and Brush,1989:46)ได้ระบุอีกว่าผู้ประกอบการ หมายถึง กิจกรรมธุรกิจประกอบด้วย การสร้างสรรค์การบริหารทั่วไปนวัตกรรมการแบกรับความเสี่ยง และความตั้งใจ ในเรื่องผลการดำเนินงานที่จะเติบโตหรือมีกำไร

จากนิยามและความหมายของผู้ประกอบการที่กล่าวมาแล้วนั้นสามารถสรุปได้ว่าเป็น บุคคลที่จัดตั้งองค์การโดยพยายามสร้างสรรค์นวัตกรรม ยอมรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน เพื่อ จุดมุ่งหมายในการหวังผลกำไรและการเติบโตจากการดำเนินกิจการเป็นหลักรวมทั้งการรวบรวม ทรัพยากรที่จำเป็นหรือสร้างทรัพยากรใหม่ โดยทำหน้าที่การจัดการวางแผน การจัดการองค์การ การนำ และการควบคุม เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงแก่กิจการ รวมถึงบทบาทการเป็น ผู้ประกอบการที่ ลองเนคเกอร์ และคณะ (Longenecker et al.,1994:23-29) ได้สรุปไว้ว่ามี 4 ลักษณะคือ บทบาทของนักลงทุน, บทบาทของผู้จัดการ บทบาทของผู้นำ และบทบาทของผู้ สร้างสรรค์สังคม

ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีนี้มาเป็นกรอบในการสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ทางธุรกิจที่ยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว นี้ว่ามีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของ ประเทศ และยังสร้างโอกาสในการดำเนินกิจการให้เติบโตเป็นกิจการขนาดใหญ่ได้ ขึ้นอยู่กับ บทบาทของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการเปิดเสรีการค้าและบริการ ในประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นกลุ่มผู้ประกอบการต้องมีการปรับมุมมอง ปรับเปลี่ยน กลยุทธ์และยุทธวิธีในการบริหารจัดการธุรกิจจากเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะในประเทศ เป็นการบริการข้าม ประเทศ โดยเฉพาะความพร้อมของทุนมนุษย์ที่ต้องสอดคล้องกับการแข่งขันทางการค้าในบริบท ของเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน ควรกำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนให้เป็น ความสามารถขององค์การ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และเป็นอาวุธสำคัญในการตักตวงโอกาส จากธุรกิจต่อไป (คณิงนิจ อนุโรจน์,2011:28)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จากการศึกษาพบว่า มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ให้คำจำกัดความของคำ ว่า “ขีดความสามารถในการแข่งขัน” ไว้หลากหลายและแตกต่างกัน เช่น ฮอฟแมน (Hoffman,1999:276) ได้ให้ความหมายไว้ 3 ด้าน คือ ประสิทธิภาพการทำงาน มาตรฐาน และ ผลลัพธ์ของคุณภาพที่เกิดขึ้นจากประสิทธิภาพของบุคคลหรือคุณสมบัติพื้นฐานของบุคคล ใน ขณะเดียวกัน อานนท์ ศักดิ์วีระวิญญ์ (2547:61), สก็อต (Scott,1998:48-56) และแมคเคลแลนด์ (McClelland,1973:2) ได้ให้ความหมายคำว่าขีดความสามารถ มีความใกล้เคียงกันในคุณลักษณะ ของบุคคล ได้แก่ ทักษะ ทักษะ อุปนิสัย ทักษะ ความรู้ความสามารถ และคุณสมบัติต่าง ๆ คือ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพดังกล่าว สัมพันธ์กับผลงานของตำแหน่งนั้น ๆ และสามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างกันได้ โดยผ่านการ

ฝึกรบและการพัฒนา ในขณะที่แมคเคลแลนด์ (McClelland,1973:2-5) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่าความสามารถของบุคคลคือ บทบาททางสังคม หมายถึงการแสดงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากปัจจัยสังคมเป็นตัวกำหนดเช่น ภาวะผู้นำ จริยธรรม และวัฒนธรรมที่พึงปฏิบัติต่อกัน เหล่านี้เป็นสิ่งที่พัฒนาได้แต่ยากกว่าความรู้ และทักษะ ในขณะที่เดียวกันณรงค์วิทย์ แสหนอง (2547:160-167) ได้แบ่งขีดความสามารถจากนิยามความหมายได้แก่ 1) ขีดความสามารถของบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน(2548:5-6) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะความสามารถ และขีดความสามารถคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าเพื่อนร่วมงานอื่นๆ ในองค์กร 2) ขีดความสามารถของงาน มีความสัมพันธ์กับการให้ความหมายของสเปนเซอร์และสเปนเซอร์ (Spencer and Spencer,1993:9) และแมคเคลแลนด์ (McClelland,1973:1-17) ที่ให้ความหมายของขีดความสามารถว่าเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่อยู่ในตัวบุคคล ประกอบด้วย 5 ประเภท คือ แรงจูงใจคุณลักษณะหรือนิสัย ความคิดรวบยอดความรู้ และทักษะ จะเป็นตัวผลักดันให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบให้เกิดประสิทธิผล ซึ่งเป็นคุณลักษณะในส่วนลึกเฉพาะของบุคคล ที่สะท้อนให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานที่ดีเลิศ (superior performance) 3) ขีดความสามารถหลักสอดคล้องกับการให้ความหมายของนักวิชาการหลายท่านเช่น จรัมพร ประถมบุรณ์(2547:7) จิรประภา อัครบวร(2549:68) และธำรงค์ดี คงศาสน์(2548:26) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมที่ดีที่ทุกคนในองค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมและหลักนิยมขององค์กรโดยรวมที่จะช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ได้ เช่น ความรอบรู้เกี่ยวกับองค์กร ความซื่อสัตย์ ความใฝ่รู้ และความรับผิดชอบ เป็นต้น ซึ่งในคุณสมบัติพื้นฐานของบุคคลดังกล่าว มีความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมักมาจากสิ่งแวดล้อมในองค์กร โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าการบริหารงานโดยยึดบุคลากรเป็นศูนย์กลางจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าการยึดงานเป็นศูนย์กลาง (พิภพ วังเงิน,2547:38) ดังนั้นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร คือ การนำเอาทักษะและความสามารถของทรัพยากรบุคคลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วม ส่งเสริมให้มีทัศนคติร่วมกันในการแก้ปัญหาขององค์กร (สุนันทา เลานันท์ ,2549:28) ให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้นในระดับองค์กรนั้นหมายถึง องค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่เหนือว่าองค์กรอื่นๆ (Bharadwaj et al.,1993:96) ส่วนความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (sustainable competitiveness) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่มีเหนือกว่าองค์กรคู่แข่ง มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าไว้ได้ในระยะยาว (Almor and Hashai, 2004:482) หรือมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน จะทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ (Fahy and Smithee,1999:2) ในสภาวะการแข่งขันปัจจุบัน องค์กรจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้นตลอดเวลา เพราะการเปลี่ยนแปลงมีผลทำให้ตลาดและผู้บริโภคมีอุปสงค์มากขึ้นโดยมีความต้องการสินค้าทั้งในคุณภาพและรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลทำให้วงจรอายุของสินค้าสั้นลง และตลาดเกิดการอิ่มตัวเร็วขึ้น (ผลิน ภู่อรุณ,2546:65) ดังนั้นองค์กรควรผลิตสินค้าและ

บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้ในต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง และมีคุณภาพมากกว่า ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (International Institute for Management Development,2003), (National Competitiveness Council,1998)และ(Quick MBA,2005) การจัดการกลยุทธ์ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงต้องมีการกำหนดอย่างเป็นรูปธรรม ยิ่งกว่านั้นควรมีการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ตลอดเวลาคือ การทำให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้ยั่งยืน

ในปัจจุบันองค์การเป็นหน่วยทางสังคมที่มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ในหลายมิติ ทั้งด้านการดำรงชีพ การพัฒนาศักยภาพ และการปฏิสัมพันธ์สังสรรค์ (พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต ,2552:15) มุมมองในการศึกษาและนิยามความหมายขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนดังกล่าวข้างต้น เป็นหนึ่งในความท้าทายของการทบทวนวรรณกรรม เหตุเพราะความหลากหลายของนิยามความหมาย ในนักวิชาการแต่ละท่านจะไม่เหมือนกันทีเดียวนัก แต่ก็ก็มีลักษณะที่มีร่วมกันคือ พฤติกรรมและความสามารถของบุคคลที่มีผลกระทบในการทำงานเพื่อผลสำเร็จของงาน ขีดความสามารถทำให้บุคคลสร้างผลงานที่โดดเด่น ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง แรงจูงใจของแต่ละบุคคล และคุณลักษณะส่วนบุคคลอื่น ๆ ที่สามารถพัฒนาได้ง่าย แต่สิ่งที่จะต้องเน้นคือ กลุ่มพฤติกรรมในการทำงานที่เกิดมาจากการที่บุคคลมีความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะอื่น ๆ เช่น ภาวะผู้นำ จริยธรรม และวัฒนธรรมที่พึงปฏิบัติต่อกัน การจัดการทรัพยากร มีความจำเป็นสำหรับการการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ในองค์ประกอบขีดความสามารถเหล่านี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่ขึ้นอยู่กับบุคคลกับความแตกต่างของวัตถุประสงค์ (Burgoyne,1993:6-13)ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันขององค์การ ตัวบ่งชี้ที่จะให้้องค์การเหนือกว่าคู่แข่งและประสบความสำเร็จได้นั้นก็คือ ขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์การ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน

ปัจจุบันทวีปเอเชียได้กลายเป็นทวีปที่นักลงทุนจากทั่วโลกให้ความสนใจมาก เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของทวีปเอเชียมีขนาดใหญ่ และมีจำนวนประชากรรวมกันเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรโลก (ผลิต ภูจรรยา,2546:13-14) ซึ่งเป็นสิ่งท้าทายในองค์การธุรกิจที่ต้องศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และต้องคาดการณ์ผลของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างแม่นยำและถูกต้อง ที่จะสามารถสร้างประโยชน์และโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมหาศาล โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงเป็นปัจจัยที่องค์การธุรกิจควรมีแรงขับเคลื่อนในการแข่งขันธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว นั่นคือองค์การต้องสามารถสร้าง และรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันให้ยั่งยืน ผู้ประกอบการขององค์การต้องเป็นผู้นำที่มีความรู้ ความเข้าใจที่จะคัดเลือกกลยุทธ์เข้ามาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ ตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติ เพื่อช่วยผลักดันให้เกิดผลงานระดับดีเลิศ สร้างขวัญกำลังใจที่ดี และความมุ่งมั่นทุ่มเทของบุคลากรให้เกิดศักยภาพโดดเด่น รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา

องค์การอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Dess et al, 2007:5) ในขณะที่เดียวกันแมคแคลแลนด์ (McClelland, 1973:3-4) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถว่าระดับเชี่ยวชาญไม่ใช่ตัวชี้วัดของผลงานและความสำเร็จโดยรวม แต่ขีดความสามารถกลับเป็นสิ่งที่สามารถทำนายความสำเร็จในงานได้ดีกว่า ผู้ที่ทำงานเก่งมิได้หมายถึงผู้ที่เรียนเก่ง แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำงานต้องสามารถใช้องค์ความรู้ประยุกต์กับการทำงานให้เกิดประโยชน์ จึงจะเรียกว่าเป็นผู้มีขีดความสามารถ (ฐิติพงศ์ ไชยองค์การ, 2552:58) จากจุดกำเนิดของแนวคิดดังกล่าว ทำให้การศึกษาในครั้งนี้ได้มีการทบทวนทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์ และการจัดการด้านการตลาด (Porter, 1985:96) เนื่องจากนักวิชาการด้านบริหารได้ค้นพบว่า ขีดความสามารถของคนเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการแข่งขันและพัฒนาองค์กร จะเห็นได้ว่าความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้มีการลอกเลียนแบบและแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น แต่เป็นเรื่องยากมากที่จะลอกเลียนแบบการพัฒนาขีดความสามารถ (ฐิติพงศ์ ไชยองค์การ, 2552:77-78) ซึ่งการจะนำไปสู่ความสำเร็จดังกล่าว องค์กรจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา โดยมุ่งเน้น 3 ปัจจัย คือ ความเป็นผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และปัจจัยสุดท้ายคือ การจัดการฐานทรัพยากร โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับผู้นำระดับสากล

ภาวะผู้นำเป็นแนวความคิดที่มีความหลากหลายที่สุดในแนวความคิดหนึ่งของแวดวงวิชาการ ซึ่งนักวิชาการจำนวนมากได้อธิบายคำจำกัดความของคำว่า “ภาวะผู้นำ” (Leadership) แตกต่างกันไปตามฐานคติของผู้ที่ศึกษา อย่างไรก็ตาม นิยามของนักวิชาการกรีนเบิร์ก และบาร์อน (Greenberg and Baron, 1995:506), จอร์จ (George, 1960:493) และฮิลล์ (Hill, 2007:53) มีมุมมองที่สอดคล้องกันว่าปัจจัยสำคัญที่จะนำพาให้องค์กรสามารถฟันฝ่าพลาวัตแห่งความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ คือ ผู้บริหารที่ต้องมีคุณสมบัติเป็นภาวะผู้นำ ซึ่งพิชาย รัตนดิถ ฌ ฎุ เกิด, (2552:172), นอร์ทเฮาส์ (Northouse, 2001:3), ฮอลแลนด์ (Hollander, 1985:486) เฮอร์เชย์และแบลนชาร์ด (Hersy and Blanchard, 1982:83) และโรส (Rost, 1993:102) ได้ให้ความหมายภาวะผู้นำไว้ว่า เป็นความสามารถที่จะกระตุ้น โนมน้าว จูงใจ หรือมีอิทธิพลต่อกลุ่มบุคคลให้เกิดกิจกรรมการปฏิบัติงานต่างๆ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและบรรลุเป้าหมายร่วมกันในสถานการณ์ที่กำหนด ในขณะที่นิสสิน (Nissinen, 2001:96) อธิบายว่าพฤติกรรมของผู้นำเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายในกลุ่มอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของกลุ่มและแก้ปัญหาการเผชิญหน้าให้บรรลุวัตถุประสงค์ พฤติกรรมดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพส่วนบุคคลของผู้นำ ที่เห็นว่าภาวะผู้นำเกี่ยวข้องกับการประสานความร่วมมือของพฤติกรรมกลุ่มในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ โดยผู้นำใช้ทรัพยากรและความรู้ความสามารถในการกำหนดทิศทางโนมน้าวบุคคลอื่น แต่อย่างไรก็ตาม ภาวะผู้นำ ยังคงมีคุณสมบัติต่างตอบแทน การแลกเปลี่ยน เจริญต่อรองระหว่างผู้นำกับกลุ่ม รวมทั้งต้องได้รับการยอมรับจากบุคคลทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ จึงจะก่อให้เกิดความสอดคล้องกันมากกว่าการยินยอม ขณะเดียวกันวีชรพล จิตอาภาวงศ์ (2545:18), เดวิด ชวอร์ต (David Schwartz, 1980:491) และกิตติ ตย์คสนนท์, (2535:20) ได้นิยามเป็นนัยเดียวกัน ในการใช้

ความรู้ความสามารถพิเศษ สร้างแรงจูงใจ และใช้ศิลปะของการชี้แนะที่มีต่อบุคลากร หรือผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติภารกิจตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้ประสบผลสำเร็จ โดยปฏิบัติด้วยความสมัครใจ ดังที่วิลเลียม เอ็ดเวิร์ด เดมมิ่ง (William Edward Deming,อ้างถึงใน เดมคักดี สุวรรณศักดิ์,2551:21) ระบุว่าความสำเร็จขององค์การถูกกำหนดโดยปัจจัยบุคคล และระบบปฏิบัติงาน องค์การประกอบไปด้วยคน และคนเท่านั้นที่ผลักดันองค์การ ซึ่งในตัวคนมีทั้งความรู้ ประสบการณ์ และความคิดที่เป็นประโยชน์ซ่อนไว้ ขึ้นอยู่กับผู้นำที่จะดึงสิ่งเหล่านั้นออกมาสร้างความเจริญให้กับองค์การ ในขณะที่ Dubrin,(1998:85-97) ได้เสนอแนวคิดของภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผล ไว้ 2 แบบด้วยกัน คือ 1) ยึดงานเป็นหลัก คำนึงถึงผู้รับบริการเป็นผู้ที่มีความสำคัญที่สุดพร้อมกับดำเนินการให้เข้ากับสถานการณ์ มีการสั่งการไปตามทิศทางที่กำหนดไว้ ปราศจากความลำเอียง ซึ่งสามารถชี้แจงในกรณีที่มีผู้ตามเกิดข้อสงสัย ส่วน 2) ยึดคนเป็นหลัก โดยให้ความรู้ คำนึงมาร่วม สร้างกำลังใจ เพื่อให้ผู้ร่วมงานเกิดความคิดสร้างสรรค์และยินดีปฏิบัติงานร่วมกัน ในขณะที่ไรลีย์และแม็คเบท (Riley and Macbeath,1998:146-147) เสนอว่า ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลจะเกิดขึ้นได้เมื่อ ตัวผู้นำต้องมีการศึกษาดี สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ ปรับเปลี่ยนแนวคิด มีความยืดหยุ่นตามความเหมาะสมของสถานการณ์ และควรมีเครือข่ายในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ส่วนล็อก และดริคเกอร์ (Lock and Drucker,อ้างถึงใน Kuptanond,2000:35-40) มีมุมมองที่สอดคล้องกัน คือ ภาวะผู้นำควรประกอบด้วย การใช้ความรู้และทักษะอย่างมีศักยภาพ กำหนดพันธกิจ และวิสัยทัศน์ ที่จะให้องค์การมีความก้าวหน้า รวมทั้งมีความซื่อตรง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ไม่คดโกง เป็นที่ไว้วางใจได้ ประเด็นสำคัญของแนวคิดภาวะผู้นำดังกล่าว คัพพาร์โนท (Kuptanond,2000:40-45) ได้สรุปภาวะผู้นำไว้ใน 3 มิติ คือ 1) มิติทางกายและจิตใจ ผู้นำควรมีบุคลิกลักษณะที่เชื่อมั่น เฉลียวฉลาด แรงจูงใจ และทักษะที่จำเป็นในการทำงาน 2) มิติภายในตัวบุคคล ผู้นำควรมีวินัยสามารถทำงานร่วมกับทีมงาน และใช้อำนาจที่เหมาะสมกับสถานการณ์ มิติสุดท้าย คือ บริบทองค์การ ด้วยการยึดหลักบรรทัดฐานของสังคม และให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง โดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อความก้าวหน้าขององค์การ

การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำ เพื่อนำไปสู่การสร้างทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำจำนวนมาก โดยนักวิชาการได้พยายามวิเคราะห์และกำหนดแนวทางไว้หลากหลายด้วยกัน ซึ่ง พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต(2552:172) และวิเชียร วิทย์อุดม(2554:126) ได้จำแนกแนวทางการศึกษาภาวะผู้นำได้ 3 แนวทาง ที่สอดคล้องกัน คือ

1. แนวทางการศึกษาภาวะผู้นำตามคุณลักษณะ (the trait approach) ในพื้นฐานของทฤษฎีนี้จะอธิบายถึงคุณลักษณะทางด้านกายภาพ สังคม บุคลิกภาพ สร้างแรงจูงใจ ค่านิยมของกลุ่ม และคุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลเป็นสำคัญ เช่น สติปัญญา อารมณ์สุขุม รอบคอบ เป็นต้น (Stogdill,1948:35-64) ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ ในขณะเดียวกันดาฟท์ (Daft,2000:45-49) ได้ระบุว่าคุณลักษณะร่วมที่เป็นหัวใจสำคัญที่สุด มี 3 ประการ คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง เกิดจากที่บุคคลตระหนักว่าตนเองมีความรู้ ความสามารถในการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยจะรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกของตนเอง ประการที่ 2 คือ ความซื่อสัตย์มั่นคง

ต่อหลักการ เป็นรากฐานของความเชื่อถือศรัทธาที่ผู้ตามมีต่อผู้นำ ซึ่งจากการศึกษา ของพิชาย รัตนติลก ภูเก็ท(2552:174) พบว่าผู้นำที่ประสบความสำเร็จได้นั้น ควรมีความสอดคล้องกันระหว่างการถ้อยแถลงต่อสาธารณชนกับการปฏิบัติจริงมีความคงเส้นคงวา และประการสุดท้าย คือ พลังขับเคลื่อน มีความทะเยอทะยาน ริเริ่มสร้างสรรค์ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะผลักดันภารกิจให้บรรลุเป้าประสงค์ เหล่านั้นได้ โดยภาพรวม ความมีประสิทธิภาพในความเป็นผู้นำ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะ บางอย่าง แต่ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้นำว่าเหมาะสมกับข้อกำหนดของสถานการณ์ที่เขากำลังเผชิญ อยู่ (สมยศ นาวิการ,2536:403)

2. แนวทางศึกษาเชิงพฤติกรรม (behavior approach) จากทฤษฎีภาวะผู้นำตามคุณลักษณะ พบว่าไม่มีคุณลักษณะที่แน่นอนหรือไม่อาจแสดงลักษณะที่เด่นชัดออกมาได้นั้น นักวิจัยจึงได้พยายามศึกษาถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้นำมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดแนวคิดเชิงพฤติกรรม โดยมีความเชื่อพื้นฐานว่าแบบแผนพฤติกรรมจะกำหนดภาวะผู้นำ บุคคลที่ได้รับการฝึกอบรมทาง พฤติกรรมความเป็นผู้นำที่เหมาะสมแล้ว สามารถเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพได้ (สมยศ นาวิการ ,2536:404) ดังนั้น การศึกษาภาวะผู้นำในแนวคิดนี้ ได้มีสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงนำไปใช้ ได้แก่ มหาวิทยาลัยไอโอวา สเตต (Iowa State University) มหาวิทยาลัยโอไฮโอ สเตต (Ohio State University) และมหาวิทยาลัยมิชิแกน สเตต (Michigan State University) ได้จำแนกพฤติกรรมของ ผู้นำออกเป็น 2 ประเภทที่สอดคล้องกัน คือ ผู้นำแบบประชาธิปไตย ที่เน้นคนเป็นศูนย์กลาง และผู้นำ ที่เน้นการชี้แนะ ให้งานเป็นศูนย์กลาง โดยเลวิน และคณะ (Lewin et al.,1938:292-300) ได้วิจัย เปรียบเทียบผู้นำทั้ง 2 แบบดังกล่าวกับนักศึกษา พบว่า ผู้นำที่เน้นการชี้แนะ มีผลการปฏิบัติสูงใน ระหว่างที่ผู้นำอยู่ระหว่างการปฏิบัติงาน แต่หากผู้นำไม่อยู่ระหว่างการปฏิบัติงาน ก่อให้เกิดผลการ ปฏิบัติงานลดลง และยังทำให้สมาชิกในกลุ่มไม่พึงพอใจผู้นำ ส่วนกลุ่มที่ผู้นำเน้นคนเป็นศูนย์กลาง แบบประชาธิปไตยนั้น ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานดีทั้งในระหว่างที่ผู้นำอยู่หรือไม่อยู่ก็ตาม (Daft,2001:50-54) จากการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า ผู้นำที่เน้นคนเป็นศูนย์กลาง จะได้ผลผลิตสูงและ พนักงานพึงพอใจในการทำงานมากกว่าผู้นำที่เน้นการชี้แนะ ให้งานเป็นศูนย์กลาง ซึ่งจะได้รับผลผลิตต่ำ และความพึงพอใจในการทำงานน้อย

3. แนวทางการศึกษาภาวะผู้นำตามสถานการณ์ (contingency approach) เป็นกลุ่ม ทฤษฎีที่นำเอาแนวคิดตามคุณลักษณะ และเชิงพฤติกรรม ต้องสามารถเป็นผู้นำในองค์การต่าง ๆ กับสถานการณ์ที่หลากหลายกล่าวอีกนัยหนึ่งคือทฤษฎีนี้ระบุว่าไม่มีรูปแบบของภาวะผู้นำแบบเดียว เท่านั้นที่จะประสบความสำเร็จในงานได้ทั้งหมด แต่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในที่นี้จะกล่าวถึง ทฤษฎีของ ฟิดเลอร์ (Fiedler,1967:79) ทฤษฎีของเฮอร์เชย์ และแบลนชาร์ด (Hersey and Blanchard,2001,อ้างถึงใน พิชาย รัตนติลก,2552:180-182) และวีเชียร วิทโยดุม(2554:12-15) มี ความสอดคล้องกัน คือ ทฤษฎีทั้งสองเน้นงานและความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตามเป็นรากฐาน แต่ ทฤษฎีของ Fiedler เพิ่มเติมในด้านความเข้มแข็งของอำนาจในตำแหน่ง ซึ่งฐานคตินี้ คือ ชัด ความสามารถในการแข่งขันเชิงปัญญา และประสบการณ์ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จต่อภาวะ ผู้นำ

แนวทางการศึกษาแบบทวิปฏิสัมพันธ์ (dyadic approach) เน้นแนวคิดเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ซึ่งผู้ตามแต่ละคนมีการรับรู้และตีความคุณลักษณะของผู้นำแตกต่างกัน โดยถูกจัดเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มวงใน (in-group) เป็นกลุ่มที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับผู้นำ หรือมีความสนใจและค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน จึงเกิดความเชื่อถือศรัทธา และมีความสัมพันธ์กับผู้นำสูง ทั้งในการปฏิบัติงานและมีมนุษยสัมพันธ์ต่อกัน จึงนำไปสู่การมีผลการปฏิบัติงานสูง (Daft,2001:61-65) ในขณะที่กลุ่มวงนอก (out-group) มองผู้นำในลักษณะค่อนข้างลบ และไม่มีบทบาทสำคัญต่อหน่วยงาน เชื่อซาในการทำงาน ทำให้ผู้นำมีแนวโน้มการใช้อำนาจหน้าที่แบบทางการและเข้มงวดกับกลุ่มวงนอก(พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต,2552:179)

จากนิยามและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่าภาวะผู้นำ หมายถึง การมีคุณสมบัติความเป็นผู้นำในด้านทักษะ ความรู้ความสามารถทั้งศาสตร์ และศิลป์ ของผู้นำในการบริหารบุคลากรในองค์การให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้เกิดผลสำเร็จ โดยมีปัจจัยสำคัญคือ การสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรประสานความร่วมมือกันปฏิบัติงาน การมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นโดยการยอมตามด้วยความสมัครใจ กระตุ้นให้ใช้ความพยายามในการทำงานที่สูงขึ้น และสร้างการตระหนักรู้ถึงวัตถุประสงค์การทำงานร่วมกัน ตลอดจนกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์การ เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการทำงาน โดยมุ่งหวังบรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการศึกษาภาวะผู้นำที่เป็นหัวใจในการพัฒนาองค์การ ยังคงมีพัฒนาการต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เนื่องจากผู้นำเป็นผู้กำหนดทิศทางการทำงาน กระตุ้น และจูงใจให้ผู้ตามปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต ,2552:212) การศึกษาภาวะผู้นำเริ่มต้นจากแนวทางการศึกษาตามคุณลักษณะ ต้องตระหนักรู้ว่าตนเองมีองค์ประกอบด้วย 3 ประการคือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์มั่นคงต่อหลักการ และพลังขับเคลื่อนตนเอง เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ จากนั้นมีพัฒนาการไปยังแนวทางการศึกษาเชิงพฤติกรรม เน้นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้นำกับผลปฏิบัติงานกลุ่ม การศึกษาทั้งสองทฤษฎีนี้ยังคงยึดผู้นำเป็นหลัก แต่ละเลยการศึกษาด้านคนปฏิบัติงานหรือผู้ตาม ทำให้เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันในแวดวงนักวิชาการ ดังนั้นจึงเกิดแนวทางการศึกษาแบบทวิปฏิสัมพันธ์ เน้นการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับผู้ตามหรือผู้ที่ปฏิบัติงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวงใน มีมนุษยสัมพันธ์กับผู้นำสูง และกลุ่มวงนอก ที่มองผู้นำในแง่ลบ ซึ่งนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่วนทฤษฎีสุดท้าย คือ แนวทางการศึกษาตามสถานการณ์ได้นำทั้งสามทฤษฎีเข้ามาศึกษา โดยระบุว่าไม่มีรูปแบบภาวะผู้นำเพียงรูปแบบเดียวที่จะประสบความสำเร็จในงานแต่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป จึงจะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการทำงาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องด้านการจัดการด้านวัฒนธรรมระหว่างชาติ

ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศนั้นมีหลายองค์การประสบความสำเร็จทั้งที่เป็นองค์การที่มีความเข้มแข็ง สาเหตุความล้มเหลวส่วนใหญ่ พบว่าองค์การขาดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และขาดความเข้าใจในเรื่องความแตกต่างทางวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว สรุปได้ว่า องค์การมีความรู้ความเข้าใจต่อทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน แนวทาง

ปฏิบัติของประเทศคู่ค้าน้อยมาก ซึ่งทำให้เกิดปัญหาการสร้างความสำเร็จระหว่างกันในการดำเนินธุรกิจ (ผลิน ภูจุญ,2546:107-108) และเกิดความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมขององค์การที่จะส่งผลต่อผลงานขององค์การ (วิเชียร วิทยอุดม,2554:27) ดังนั้นองค์การควรให้ความสนใจกับแนวคิดการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถประยุกต์ได้ในการสร้างเกิดขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจในศตวรรษที่ 21 เป็นการดำเนินธุรกิจข้ามพรมแดนหรือร่วมทุนระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (ชินดา จิตตรุทธะ,2554:11) จึงทำให้วัฒนธรรมองค์การกลายเป็นประเด็นหนึ่งทางวิชาการ ทำให้นักวิชาการหลากหลายศาสตร์ให้ความสนใจและร่วมกันถกเถียงเกี่ยวกับการศึกษาวัฒนธรรมองค์การ เช่น นักปรัชญาของศาสตร์แบบธรรมชาตินิยม (naturalism) ระบุว่าวัฒนธรรมเป็นความจริงของสังคมที่ดำรงอยู่ในโลกอย่างเป็นภววิสัย(ontology) เป็นอิสระจากผู้ศึกษา และสามารถรับรู้และวัดได้อย่างเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) ในขณะที่นักปรัชญาทางศาสตร์การตีความเห็นว่า วัฒนธรรมเป็นความจริงที่สังคมสร้างขึ้นโดยใช้อัตวิสัย (subjectivity) ของผู้ศึกษาตีความ เพื่อให้เข้าใจความเป็นจริงดังกล่าว อย่างไรก็ตาม นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่เชื่อในพหุนิยม (pluralism) ได้อธิบายว่า วัฒนธรรมมีทั้งส่วนที่แสดงออกทั้งวัตถุวิสัยและอัตวิสัยสัมพันธ์กัน เช่น พิธีกรรม การแต่งตัว เป็นต้น ซึ่งดำรงอยู่เหมือนสองด้านของเหรียญเดียวกัน (พิชาย รัตนดิกล ภูเกิด,2552:218) จากแนวทางการศึกษาดังกล่าวเป็นพื้นฐานในการทำ ความเข้าใจบริบทของวัฒนธรรมองค์การ จึงทำให้มีกลุ่มนักวิชาการด้านการจัดการ สามารถนำไปประยุกต์และกำหนดนิยามความหมายวัฒนธรรมองค์การไว้อย่างหลากหลาย เช่น วิเชียร วิทย อุดม(2554:14.26), ผลิน ภูจุญ(2546:109) และพิชาย รัตนดิกล ภูเกิด (2552:222) มีมุมมองที่ สอดคล้องกัน คือ วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง สิ่งที่คนในสังคมนั้นยึดถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ ใน ค่านิยม ความเชื่อ และหลักการพื้นฐานร่วมกันในการดำรงอยู่ของสมาชิกภายในองค์การ วัฒนธรรม จึงเป็นส่วนหนึ่งในองค์การที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของพนักงาน และเป็นกลไกในการสร้าง แนวทางเพื่อให้องค์การภายในองค์การ เพื่อให้เกิดเสถียรภาพ สามารถอยู่รอดและเติบโตในกระแส พลวัตการแข่งขันได้

ในทางทฤษฎีของวัฒนธรรมควรเริ่มมาจากความเข้าใจ 5 ด้านที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ประวัติศาสตร์ บ่งบอกถึงลักษณะนิสัย/ ทัศนคติ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี และศาสนา
- 2) ลักษณะภูมิประเทศ จะสะท้อนถึงการดำรงชีวิต และอาชีพ
- 3) ภาษา เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อธุรกิจ ก่อให้เกิดความเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมได้ดี และมีผลต่อการทำธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น
- 4) ระบบกฎหมายของต่างประเทศ ในแต่ละประเทศที่มีการเปิดการค้าอย่างเสรี หรือบางประเทศที่มีการกีดกันทางการค้า ระบบภาษีสกุลการ เป็นต้น (กระทรวงศึกษาธิการ,ม.ป.ป.) ในขณะเดียว ผลิน ภูจุญ(2546:109) ได้ระบุ เพิ่มเติมอีกหนึ่งด้าน คือ
- 5) ระดับการศึกษาของประชากร ในความแตกต่างทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้นักวิชาการและนักบริหารเริ่มหันมาให้ความสำคัญในเรื่องความแตกต่างทางวัฒนธรรมมากขึ้น เพราะการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่มีวัฒนธรรมต่างกันเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก

จึงได้มีการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องนี้อย่างมาก โดยมีการศึกษาวิจัยเพื่อทำความเข้าใจกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างทางวัฒนธรรม และผลกระทบที่มีต่อการจัดการ การจัดการทางการตลาด การบริหารการปฏิบัติการ และการจัดการทางการเงิน (ผลิน ภูัจจุณู, 2546:110-111) ซึ่งผู้บริหารองค์ต้องตอบสนองความไม่แน่นอนขององค์การในอนาคต โดยทำให้เกิดความสอดคล้องทางวัฒนธรรมระหว่างองค์การกับบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์การที่กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ (ชนิดา จิตตรุทธะ, 2554:3)

จากหลักการดังกล่าว ทำให้เกิดการศึกษานแนวคิดและทฤษฎีการจัดการด้านวัฒนธรรมระหว่างชาติ เป็นการศึกษาถึงวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศที่องค์การเข้าไปลงทุนทำธุรกิจด้วย เพื่อให้เข้าใจและจัดการกับวิธีการทำธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับประเทศนั้น ๆ (เพ็ชรี รูปวิเชตร, 2556) เป็นการศึกษาเปรียบเทียบของวัฒนธรรมต่าง ๆ ในเชิงลึกจะทำให้้องค์การสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคได้ ในงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ของการจัดการสมัยใหม่ที่เน้นความสำคัญที่การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีตัวแปรหลักที่สำคัญ คือ ความแตกต่างของวัฒนธรรมเป็นโจทย์สำคัญ (ผลิน ภูัจจุณู, 2546:115) ในการรวบรวมแนวความคิดจากนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับในศาสตร์นี้ คือ กิ์ท (Geert, 1984:22-24) ได้สรุปเป็นทฤษฎีด้านการจัดการข้ามวัฒนธรรมที่ยึดฐานค่านิยม ความเชื่อแต่ละชาติที่แตกต่างกันโดยมุ่งเน้นเรื่องงาน ที่เป็นการศึกษาถึงปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ดังนี้ 1) เป็นการศึกษาถึงการตระหนักรู้ ความตื่นตัว ในความแตกต่างของวัฒนธรรม ค่านึงถึงสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการจัดการ ทั้งในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม ค่านิยม บรรทัดฐาน ขนบธรรมเนียมประเพณี กฎหมายที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การติดต่อสื่อสาร การทำงานร่วมกัน ที่มีแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน 2) การสร้างให้เกิดความเข้าใจ เป็นการพัฒนาให้เกิดขึ้นบนพื้นฐานความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ซึ่งตรงกับสุภาษิตไทยว่า “เอาใจเขามาใส่ใจเรา” เพื่อให้เข้าถึงสาเหตุปัญหาได้อย่างแท้จริง 3) ความสามารถในการทำงาน ผู้บริหารต้องมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ และ 4) ศึกษาระดับองค์การเกี่ยวกับความสอดคล้องระหว่างกัน ในยุคปัจจุบันนี้แนวโน้มขององค์การจะมีการใช้ช่องทางการทำธุรกิจร่วมทุน สร้างพันธมิตรธุรกิจ ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น ทฤษฎีการจัดการข้ามวัฒนธรรมจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับผู้บริหารในองค์การที่ต้องทำความเข้าใจประเด็นนี้อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจบรรลุเป้าหมายในพลวัตการแข่งขันที่รุนแรงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

การศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้สะท้อนมุมมองทางวัฒนธรรมในหลายมิติ ดังที่กิ์ท (Geert, 2005:34) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สามารถอธิบายพฤติกรรมและการสื่อสารของผู้คนในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยเริ่มต้นจากการศึกษาลักษณะวัฒนธรรมในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ใช้แบบสำรวจค่านิยมทางวัฒนธรรม จัดเป็นการศึกษาที่มีขอบเขตกว้างและครอบคลุม ซึ่งทำให้ผลมีความแม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือ ดังที่ ผลิน ภูัจจุณู (2546:111-114) ได้จำแนกกลุ่มลักษณะวัฒนธรรมออกเป็น 4 มิติ คือ 1) มิติความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ ให้มีความสำคัญกับอำนาจระหว่างบุคคลและ

ความไม่เท่าเทียมกัน ในองค์การลักษณะนี้ ผู้บังคับบัญชาจะเป็นผู้ตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว ควบคุมเข้มงวด มีสายบังคับบัญชาเข้มแข็งมากและยาวมาก จึงทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกัน 2) การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน เป็นรูปแบบของวัฒนธรรม และค่านิยมที่มีความชัดเจน องค์การจะพยายามสร้างกฎระเบียบข้อบังคับเป็นจำนวนมาก เพื่อให้คนในองค์การปฏิบัติตาม โดยกำหนดการทำงานที่เป็นขั้นตอน เพื่อช่วยลดความวิตกกังวลในการตัดสินใจต่าง ๆ การทำงานจึงมีลักษณะแบบกลุ่มหรือแบบทีม 3) ความเป็นปัจเจกนิยม กับมิติกลุ่มนิยม สิ่งที่มีอิทธิพล คือ ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ทรัพยากรและศาสนา กลุ่มประเทศที่มีความเป็นปัจเจกนิยม มีรูปแบบวัฒนธรรมที่สังคมมุ่งให้ความสำคัญกับตนเองหรือครอบครัวเป็นลำดับแรก ความเป็นอิสระทางความคิด ผู้ริเริ่มและเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการความท้าทายในการแข่งขัน ส่วนมิติกลุ่มนิยม มีรูปแบบวัฒนธรรมที่คนในสังคมให้สิทธิร่วมกัน ยอมรับกฎ ประเพณี ต้องการการยอมรับจากสังคมรอบข้าง ชอบทำงานเป็นทีม และต้องการให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม และ 4) เป็นมิติสุดท้ายคือ การให้ความสำคัญต่อบุรุษและสตรี (masculinity & femininity) เป็นสังคมที่มีความเสมอภาคสูง มีสิทธิเท่าเทียมกัน บุรุษและสตรีจะมีความเกรงใจและประนีประนอมซึ่งกันและกัน ต่อมาไมเคิล บอนด์ (Michael Bond, อ้างถึงใน ธนภฤต สังข์เฉย, 2555:63) นักจิตวิทยาทฤษฎีการจัดการข้ามวัฒนธรรม ได้เพิ่มเติมจากแนวคิดของเกิร์ต ฮอฟสตีด (Geert Hofstede) ในกรอบของมิติทางวัฒนธรรม คือ 5) แผนระยะสั้น-แผนระยะยาว (short-term / long-orientation) เป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของคน ผลการศึกษาพบว่า คนในสังคมที่มาจากแผนระยะสั้น มุ่งประเด็นให้ความสำคัญกับชีวิตปัจจุบันมากกว่า ในขณะที่พิชาย รัตนดิกล ฤกษ์ (2552:229) ระบุว่าแผนระยะสั้นไม่ให้ความสำคัญกับการวางแผนหรือขาดความสามารถในการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และขาดความตระหนักถึงเป้าหมายในอนาคต ส่วนคนในสังคมแผนระยะยาว ส่วนใหญ่อยู่ในเอเชีย จะมองอดีตแล้วพุ่งเป้าไปสู่อนาคตของตนเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย ด้วยความอดทน อุทิศหาะ ทำงานหนัก และใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีการจัดการข้ามวัฒนธรรมที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุปได้ว่า มิติทางวัฒนธรรมของเกิร์ต ฮอฟสตีด (Geert Hofstede) มีนักวิชาการทั่วโลกนำไปศึกษาวิจัยในข้อมูลเชิงประจักษ์จำนวนมาก ซึ่งนับว่าเป็นกรอบทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและมีการนำไปใช้เป็นแนวทางการศึกษาทั้งในระดับชาติ องค์การ และกลุ่มในสังคมอย่างแพร่หลาย (พิชาย รัตนดิกล ฤกษ์, 2552: 229) ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีนี้มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาลักษณะทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อผู้บริหารและพนักงานขององค์การให้มีทัศนคติมุมมองที่เปิดกว้างในการทำความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในแง่ของการสื่อสาร การปฏิบัติงาน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อไปสู่การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ต้องนำทฤษฎีเหล่านี้มาเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดเป้าหมาย พัฒนากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับด้านฐานทรัพยากร

การก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ ที่มีมนุษย์ต่างขบวนขวหาวิธีการในการจัดการองค์การเพื่อก้าวข้ามผ่านความผันผวนทางธุรกิจ โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรให้มีความก้าวหน้า องค์การเหล่านั้นต้องมีการจัดการที่ชาญฉลาดสามารถนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การ มาประยุกต์ให้เข้ากับทรัพยากรที่แสวงจากภายนอกมาเพิ่มเติม และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่นำพาร่องการของตัวเองไปสู่ความเป็นผู้นำทางธุรกิจ(ผลิน ภูัจจุณ,2546:343) ในขณะที่วกันแชมเบอร์ลิน (Chamberlin) และโรบินสัน (Robinson,1930,อ้างถึงใน มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย,2550:18)กล่าวว่า ทรัพยากรและความสามารถขององค์การเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน เพื่อให้ได้ผลประกอบการที่เหนือกว่าระดับผลประกอบการโดยเฉลี่ย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาทฤษฎีการจัดการฐานทรัพยากร ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในองค์การ ทำให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์การ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการฐานทรัพยากร มีวิวัฒนาการจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ (Nelson and Winter, 1982:14) โดยนักวิชาการนิยมนำทฤษฎีนี้ไปประยุกต์กับการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการศึกษาด้านการตลาดในปัจจุบัน เช่นเดย์ (Day,1988:39-43) ฮันท์และมอร์แกน (Hunt and Morgan,1996:109-111) และเชื่อมโยงไปยังความสามารถด้านการแข่งขัน หลังจากนั้นเกิดแนวคิดพลวัตในความสามารถการแข่งขัน(Teece; Pisano and Shuen,1997:511) ทรัพยากรตามแนวคิดและทฤษฎีฐานทรัพยากร คือ ปัจจัยที่องค์การสามารถบังคับบัญชา หรือควบคุมปัจจัยเหล่านั้นได้ (Amit and Schoemaker,1993:35) โดยเดสและคณะ (Dess et al,2007:156) มุ่งให้ความสำคัญกับทรัพยากรที่จับต้องได้ (tangible assets) มีคุณค่าของทรัพยากรที่สามารถวัดได้ ซึ่งแกรนท์ (Grant,1991:101-102) ได้ขยายความเป็นความโปร่งใส (transparent) ได้สะท้อนให้เห็นจุดอ่อน ซึ่งองค์การคู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย เช่น เครื่องมือ สินค้าทุน เป็นต้น และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (intangible assets) ภายในองค์การ รวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา เช่น เครื่องหมายทางการค้า สิทธิบัตร ตราสินค้า ชื่อเสียงของบริษัท เครือข่ายขององค์การ และฐานข้อมูล โดยอธิบายถึงทรัพยากรภายในองค์การซึ่งเป็นเสมือนความสามารถทางกลยุทธ์ขององค์การ (จันทร์สุดา ภู่อันแก้ว,2555) ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืน (Prahalad and Hamel,1990:790) นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการที่มีมุมมองเพิ่มเติมในการให้ความหมายของทรัพยากร เช่น Barney, 1991:101) ได้จัดทรัพยากรเป็นทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ เช่นเทคโนโลยี และทรัพยากรขององค์การ ในขณะที่วกันแกรนท์ (Grant,1991:119) เสนอแนะเพิ่มเติม 2 ลักษณะด้วยกัน คือ ทรัพยากรการเงิน และชื่อเสียงขององค์การ ส่วนอัลวาเรซ และบุนิซ (Alvarez and Busenitz,2001:756) ได้เพิ่มทรัพยากรด้านประกอบการ ในขณะที่ซาปิโร (Shapiro,1999:296) แนะนำทรัพยากรด้านการตลาด และด้านกฎหมาย ซึ่งมุ่งเน้นทรัพย์สินทางปัญญาอีกทั้งทรัพยากรดังกล่าวยังสะท้อนความสามารถ คือสิ่งที่ไม่มิตัวตน เป็นสิ่งที่ยากจะวิเคราะห์ เกิดจากทักษะความรู้ ความชำนาญของคนในองค์การ การมีปฏิสัมพันธ์ การร่วมมือระหว่างกัน (Grant,1991:105) เป็นกระบวนการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการ

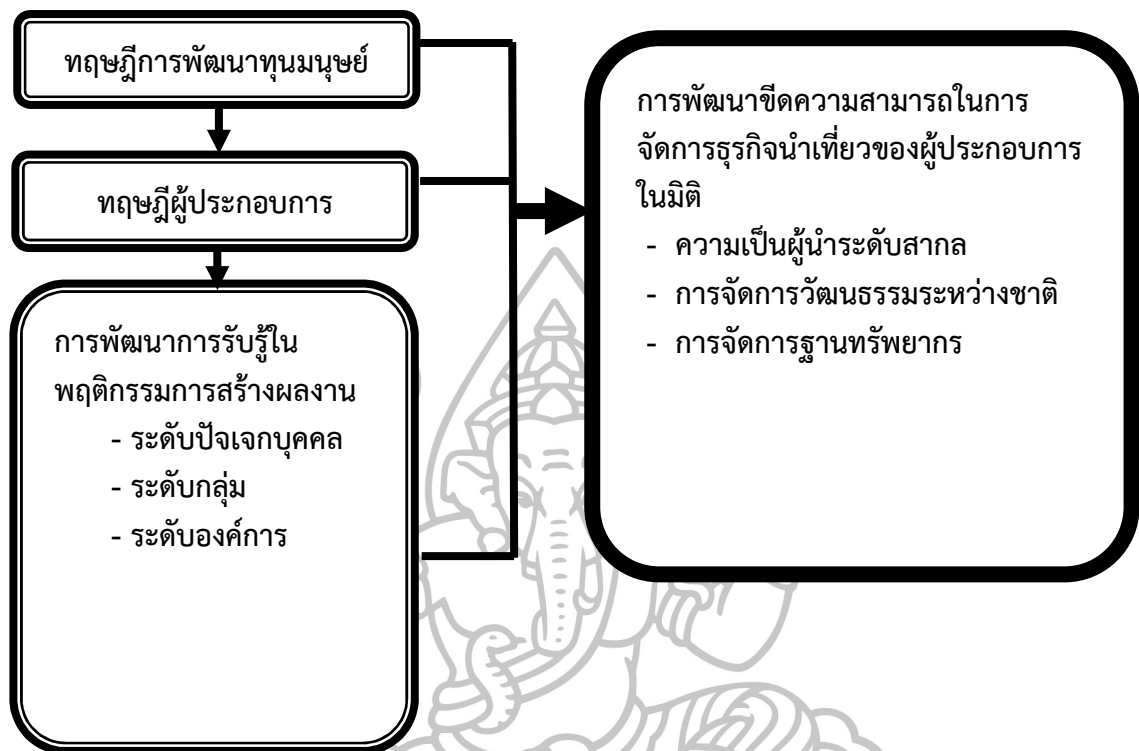
ดำเนินธุรกิจ (Fahy and Smithee,1999:7) ความสามารถขององค์กรจึงเป็นสิ่งที่พัฒนามาจากทรัพยากรมนุษย์ผสมผสานกับทรัพยากรด้านอื่นๆ (Forsman,2004:29) และยากที่จะลอกเลียนแบบหรือทดแทนได้ ซึ่งช่วยในการหลีกเลี่ยงจากองค์กรคู่แข่ง (Amit and Schoemaker,1993:34) ดังนั้นทรัพยากรและความสามารถเปรียบเสมือนขุมทรัพย์ที่ดี เพียงแต่เราหาผู้ที่มีความรู้มาออกแบบให้ประสบความสำเร็จ เพื่อรับรู้และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลา (จันทร์สุดา ภูสันแก้ว,2555) การที่จะพัฒนาองค์กรให้มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจแล้ว องค์กรต้องมีทรัพยากร และความสามารถขององค์กรที่เหนือกว่าองค์กรอื่นๆ (QuickMBA,2005) ในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจให้มีความยั่งยืน

ผู้วิจัยนำทฤษฎีฐานทรัพยากร มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นทรัพยากรด้านการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ มีทรัพยากรมนุษย์เป็นพื้นฐานทฤษฎีในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบกับการพิจารณาถึงความสามารถขององค์กร ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จากการที่องค์กรสามารถใช้ประโยชน์ทรัพยากรให้เกิดเป็นสินค้าและบริการ ที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Fahy and Smithee,1999:13) นำมาซึ่งประเด็นการวิเคราะห์ของเดสและคณะ (Dess et al,2007:90) ว่าทำไมบางองค์กรจึงสามารถทำกำไรได้มากกว่าองค์กรอื่น ซึ่งสอดคล้องกับเวอเนอร์เฟลท (Wernerfelt, 1984:172) ,อาเทินฮาเจนและนาลดี (Achthenhagen and Naldi,2004:1) ได้ระบุไว้ว่าทรัพยากรขององค์กรเป็นพื้นฐานในการกำหนดผลการดำเนินงานขององค์กร อันที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนของธุรกิจ

สรุปกรอบทฤษฎีในการวิจัย(Theoretical framework)

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้ คือ ขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน โดยเนื้อหาที่ได้สามารถสรุปกรอบทฤษฎีในการศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ของผู้ประกอบการในประเทศไทย ดังภาพ 2.1 กล่าวคือ การศึกษาทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์ เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่จะสามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ โดยอาศัยบทบาทของทฤษฎีผู้ประกอบการ ซึ่งกลายเป็นหัวใจสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทในการทำหน้าที่วางแผน การจัดองค์กร การนำ และการควบคุมในองค์กรให้มีความยั่งยืน โดยศึกษาตั้งแต่การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานปัจเจกบุคคล, กลุ่ม และองค์กร เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ในการก้าวเข้าสู่การแข่งขันในเวทีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต ดังนั้นจึงต้องพัฒนาภาวะผู้นำที่มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการอย่างชาญฉลาด ด้วยการจัดการฐานทรัพยากรที่มีบทบาทในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ แต่สำหรับการแข่งขันในปัจจุบันมีความรุนแรงของการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมในโลกธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการควรปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่าง และสามารถจัดการกับวัฒนธรรมระหว่างชาติ เพื่อเตรียม

เป็นนักบริหารมืออาชีพในระดับโลก ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้าง และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้ยั่งยืน (ผลทิน ภูัจจุรณ, 2546:126)



ภาพที่ 1 กรอบทฤษฎีในการวิจัย

จากกรอบทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัย การที่จะทำให้เป็นจริงได้จำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อให้ทฤษฎีสามารถบรรลุผลได้อย่างเป็นขั้นตอนในการวางแผนงานวิจัยนั้น กรอบแนวคิดเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการการวิจัยเชิงประจักษ์ ดังนั้นในส่วนต่อไปของการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษากรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual framework)

ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกที่มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนในองค์กร คือ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยผู้นำถือว่าเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างและพัฒนาให้การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม กลายเป็นขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กรที่สามารถนำไปสู่ความเติบโตและพัฒนาที่ยั่งยืน ใน

ขณะเดียวกัน ผลิน ภูจรรยา (2546:1) ระบุว่า องค์การควรมีการพัฒนาการจัดการให้มีความลงตัวเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ทั้งนี้เพื่อสร้างและพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันในการก้าวสู่ความเป็นเลิศตลอดเวลา ซึ่งการวิจัยในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบทางทฤษฎีมาศึกษาเพื่อหาเครื่องมือและเทคนิคในการนำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้แบ่งประเด็นของการศึกษา 4 ขั้นตอนที่ดังนี้

1. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน
 2. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ
 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย
 4. สรุปสมมติฐานการวิจัย
- โดยสามารถอธิบายรายละเอียดของกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน พบว่ามีนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ศึกษาเรื่องนี้ในมุมมองที่หลากหลาย ดังที่สถาบันการจัดการนานาชาติ (International Institute for Management Development:IMD,2003) และชุมปีเตอร์ (Schumpeter,อ้างถึงใน Ohyama; Braguinsky and Klepper,2009:1) ได้กล่าวว่า บทบาทของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญของความสามารถในการแข่งขัน จึงทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย คือ ทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์ (human capital development) และทฤษฎีผู้ประกอบการ (entrepreneurs) ส่วนพอร์เตอร์ (Porter) ได้เสนอแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน (diamond Model) ซึ่งเป็นตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นแนวคิดที่สามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนซึ่งเป็นทฤษฎีสุดท้ายในการวิจัยครั้งนี้ ในขณะเดียวกันแชปแมนและคณะ (Chapman et al,2003:9) และกรอนรูซ (Gronroos,2000:286) พบว่าปัจจัยสำคัญของการสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกนั้นคือ การบริการ เนื่องจากการค้าในตลาดโลกเปลี่ยนแนวคิดจากมุ่งเน้นที่ผลผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียวไปเน้นความสำคัญที่ความต้องการของลูกค้า และการให้บริการ ฉะนั้นการบริการจึงเป็นการสร้างคุณค่าที่สามารถประเมินความสำเร็จของบริษัทในระดับสากลได้เช่นกัน ขณะเดียวกันมอนครีฟ และคณะ (Moncrief et al,1999:329-332) ระบุอีกว่า สิ่งที่เป็นหัวใจในการปรับปรุงความมีประสิทธิภาพในการให้บริการคือ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับวิธีการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะด้านการตลาดจากการศึกษาทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษา 3 ลักษณะดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้นำระดับสากล ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันความเป็นผู้นำระดับสากลขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ระดับธุรกิจซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ปรากฏอยู่ในงาน โครงการ คณะทำงาน และการปฏิสัมพันธ์ (McCall and Hollenbeck,2002:293-299) ในกระบวนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันควรจะเริ่มจากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั่วโลกและขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นหลัก ความต่อเนื่องเหล่านี้ชี้ให้เห็นความจำเป็นของการมีทรัพยากรมนุษย์และขีดความสามารถในการแข่งขันด้านงาน/หน้าที่ นั่นคือ ขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้นำ เพื่อสร้างความเข้มแข็งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Brake,1997: 41; Gregersen et al.,1998:31-32) ในขณะที่เชียน (Schein,1978:49-59) และโกลแมน (Goleman,2000:78-89) ได้พบว่า การตระหนักในตนเอง (self-awareness) เป็นความสามารถที่จะพิจารณาว่าสามารถจัดการกับอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง ทราบจุดเด่นจุดด้อยของตน ซึ่งมีความสำคัญต่อบุคคลช่วยให้มีความต้องการ และความมุ่งมั่นในการเข้าใจสาเหตุ และเมื่อเจอกับปัญหาอุปสรรคก็สามารถที่จะควบคุมสถานการณ์ไม่ให้ตนเองต้องจมลงไปกับสถานการณ์รับรู้ในความต้องการจำเป็นและแรงขับ ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดภายในตัวบุคคล และเมื่อเกิดขึ้นย่อมผลักดันให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น จึงเรียกว่า แรงขับทั้งยังทำให้ทราบความผิดพลาดจากการทำงานและรู้จักแก้ไขปัญหาลักษณะเหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดกับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ตามได้ดีและยาวนาน โดยโอบายดซิสและแมคคี (Boytziz and Mckee, 2002:4) เรียกภาวะผู้นำลักษณะนี้ว่า ภาวะผู้นำทรงพลัง (Resonant Leadership) แนวคิดนี้ได้เกิดจากการวิจัยที่ยาวนานและยังพบว่า ผู้นำเพียงร้อยละ 20 เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จได้ด้วยเขาวัวปัญญา ในขณะที่มีผู้นำร้อยละ 80 ประสบความสำเร็จ เพราะมีความสามารถจัดการกับอารมณ์ของตนได้ดี (Goleman,1998:41) ในขณะที่แนวคิดของเชียน (Schein,1978:49-59) กล่าวว่า สิ่งหนึ่งที่ต้องตระหนักคือการป้องกันและการดำเนินงานของตนเองก่อนที่จะประเมินปัญหาต่าง ๆ หรือไปจัดการกับทรัพยากรบุคคลากรความเข้าใจและตระหนักรู้ในจิตสำนึกช่วยให้สามารถเข้าใจผู้อื่นและประเมินคุณค่าในสิ่งทีบุคคลากรต้องการสื่อสารได้ดี (Spreitzer et al.,1997:6); (Rhinesmith,1996:79) นอกจากนี้เชียน (Schein,1978:49-59) และโกลแมน (Goleman,1998:78-89) ยังระบุว่า การตระหนักในตนเอง (self-awareness) เป็นพื้นฐานของการควบคุมตนเอง (self-regulation) และความตระหนักในสังคม (social awareness) ซึ่งจะเป็รากฐานของทักษะทางสังคมที่จำเป็นสำหรับการจัดการความสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น บทบาทความสำคัญของการตระหนักในตนเองได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มนักวิจัยหลายท่านในหลากหลายด้านด้วยกัน คือ ด้านการสร้างเชื่อมั่นในตนเอง (Brake,1997:41) และการเรียนรู้เพื่อเพิ่มความสามารถส่วนบุคคล (Goldsmith and Walt,1999:42) สามารถพัฒนาเอกลักษณ์และลักษณะบุคคล (Srinivas,1995:26) นอกจากนี้แฮร์ริสและโมแรน (Harris and Moran,1987:171) ระบุว่า การตระหนักในตนเอง คือ การรู้จักตนเองและบทบาทหน้าที่ซึ่งเป็นหนึ่งในการสร้างคุณค่าและฐานคติของตน (Moran and Riesen,1994:238) ได้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อนเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตนเอง (Gupta and Govindarajan,2002:116-126) ในขณะเดียวกันเบรก (Brake,1997:41) ได้วิจัยด้านผู้นำระดับสากล และค้นพบปรากฏการณ์ของจิตวิญญาณในการเป็น

ผู้ประกอบการนั้นควรมีข้อตกลงในการเปลี่ยนแปลงตนเอง (engagement in personaltransformation) คือ ความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านความรู้ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ แรงขับ ความแข็งแกร่ง ความปรารถนาที่จะเรียนรู้กับสิ่งใหม่ และการเรียนรู้ จากประสบการณ์ตรง ให้เกิดในประสิทธิภาพของบุคคล ในขณะที่สปริทเซอร์ และคณะ (Spreitzer et al.,1997:42) ได้เน้นวิธีการเชิงรุก มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการแสวงหาโอกาสในการ เรียนรู้และเปิดโอกาสให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ จึงเป็นการได้สัมผัสกับสิ่งใหม่ นอกจากนี้ยังสามารถบ่ง บอกลถึงทัศนคติที่สอดคล้องกันด้วยวิธีการเรียนรู้แบบเชิงรุก ขณะเดียวกันสินีवास (Srinivas,1995:26) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของผู้บริหารระดับสากลควรมุ่งเน้นที่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ส่วนมัมฟอร์ด และคณะ (Mumford,2000:11) มีความเห็นสอดคล้องว่าความมุ่งมั่นความสำเร็จผู้นำ ในด้านแรงจูงใจ ที่จะขยายความสามารถในผลการดำเนินงานและเป็นการแลกเปลี่ยนความคิด เห็นระหว่างกัน ซึ่งข้อตกลงในการเปลี่ยนแปลงตนเองนั้นเป็นการรู้จักเปิดกว้างและการ เปลี่ยนแปลงตนเอง (Jordan and Cartwright,1998:89) มีความเต็มใจที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติส่วน บุคคลและการรับรู้ (Harris and Moran,1987:388) โดยสปริทเซอร์ และคณะ (Spreitzer,1997:42) ระบุว่า ผลที่ได้ของพฤติกรรมนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะเรียนรู้จาก ประสบการณ์ของบุคคลส่วนในด้านตัวชี้วัดความสำเร็จความเป็นภาวะผู้นำระดับสากลอีกลักษณะ หนึ่ง คือ ความสนใจใฝ่รู้ (inquisitiveness) ที่นักวิชาการจำนวนมากให้คำนิยามนี้ไว้มากมาย เช่น เป็นความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) (Srinivas,1995:26;Spreitzer et al.,1997:42;Gregersen et al.,1998:25; Mumford et al.,2000:11;Gupta and Govindarajan, 2002 :116-126) กลายเป็นส่วนหนึ่งในแนวคิดของความสนใจใฝ่รู้ ภายใต้บริบทของความเป็นผู้นำระดับสากลใน แสวงหาความรู้และความเชี่ยวชาญ ที่ทำให้เกิดผลงานอย่างไร้ขีดจำกัด และอาจก่อให้เกิดคุณค่า ด้านความสามารถในการแข่งขันหลักของธุรกิจ การได้รับผลประโยชน์จากการขยายธุรกิจออกไปในวง กว้าง ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของเป็นผู้นำระดับสากล (Peter,2007:1565-1570) ในการศึกษา ความสัมพันธ์ทั้งความสนใจใฝ่รู้ และข้อตกลงในการเปลี่ยนแปลงตนเอง สปริทเซอร์ และคณะ (Spreitzer et al.,1997:42) ได้มุ่งเน้นไปที่การแสวงหาข้อมูลและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อนำมา สนับสนุนในการพัฒนาบุคคล ตามที่แฮร์ริส และโมแรน (Harris and Moran,1987:171) ได้เคยศึกษา ความสนใจใฝ่รู้ ซึ่งมีความจำเป็นในการแสวงหาความรู้ที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การ ในด้าน พฤติกรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อแรงจูงใจของคน ภายใต้สถานการณ์ใหม่ ๆ (Rhinesmith,1996:79; Gregersen et al.,1998:21) สิ่งเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ และความสนใจใฝ่รู้ ยังสามารถ เป็นแรงจูงใจในการป้องกันความเสี่ยงในด้านความคิดริเริ่มและความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสากลได้ อีกด้วย (Srinivas,1995:26)จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ปัจจัยที่ส่งผลต่อขีด ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ต้องศึกษาทั้งใน ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม จนถึงระดับองค์การ โดยประกอบด้วย 3 คุณลักษณะดังนี้ 1) การ ตระหนักรู้ตนเอง (Schein,1978:49-59), (Goleman,1998:78-89)2) ข้อตกลงในการ

เปลี่ยนแปลงตนเอง (Brake,1997:41) และ 3) ความสนใจใฝ่รู้(Rhinesmith,1996:79; Gregersen et al.,1998:21)

2. การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำงานของคนที่พบกับความหลากหลายของวัฒนธรรมองค์กร ทั้งในด้านการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพกับผู้อื่นบนพื้นฐานของความแตกต่างทางวัฒนธรรมอย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของตนซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการกลุ่มในผลของการปฏิบัติเกิดขึ้นจริงและทรงยุติธรรมทั้งต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างในกลุ่มสมาชิกที่ปฏิบัติงาน (Shaw and Barrett,.P,1998:1318) ชีตความสามารถที่ก้าวผ่านความต่างของวัฒนธรรมนับไม่ถ้วนนั้นเป็นที่ปรากฏชัดในงานวิจัยเป็นจำนวนมาก (Leiba O'Sullivan,1999:709) เข้าไปมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือก การคัดสรร ฝึกอบรม และการพัฒนาทีมงานที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมร่วมกัน (Iles,1995:44) ซึ่งมีนักวิจัยจำนวนมากพยายามระบุตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถโดยส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืน ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ชีตความสามารถในการรับรู้ (cognitive competency) มีอิทธิพลกับความสามารถในการรับรู้และการตีความข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน และช่วยตัดสินใจในมุมมองทางเลือกของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (Dodd,1987:3) จากงานวิจัยพบว่า ชีตความสามารถในการรับรู้ เป็นชีตความสามารถที่มีความจำเป็นสำหรับการพัฒนาความเข้าใจในด้านบุคคลที่มีแตกต่างกันทางวัฒนธรรม (Yum,1982:154) การทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ในชีตความสามารถการแข่งขันด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติประกอบด้วย 1) มิติการรับรู้ (Cognitivedimension) ได้แก่ ความยืดหยุ่นในด้านการรับรู้ (Cognitive complexity) และการให้ความสำคัญกับเป้าหมาย (Goal orientation)(Lloyd and Hartel,2010:845) 2) มิติด้านอารมณ์ (affective dimension) ของชีตความสามารถการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ หมายถึง ความรู้สึก ทัศนคติ และลักษณะเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในชีตความสามารถด้านอารมณ์ส่งผลต่อความเข้าใจของคน ในรูปแบบของอารมณ์ เช่น การแสดงออกของอารมณ์ การตอบสนองทางสุนทรีย์ ทัศนคติ และคุณค่า (Gudykunst and Kim,1997:275) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมองค์กร อันประกอบไปด้วย การยอมรับในความแตกต่าง (dissimilarity openness) ความอดทนกับความไม่แน่นอน (tolerance forambiguity) และการเอาใจใส่กับวัฒนธรรม (cultural empathy) 3) มิติด้านพฤติกรรม (behavioral dimension) คือบุคคลที่มีความเหมาะสมด้านทักษะพฤติกรรมสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (Dodd,1987:3-12) ให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในด้านวงนภาษาและอวัจนภาษากับบุคคลอื่น (Iles,1995:44-60) ชีตความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทักษะการจัดการด้านอารมณ์ (emotion management skills) และทักษะการจัดการความขัดแย้ง (conflict management skills) คือ ชีตความสามารถในด้านพฤติกรรม สิ่งเหล่านี้มีบทบาทความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะทำให้เข้าใจในการแก้ไขปัญหาต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (Gudykunst and Kim,1997:275)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้การกำหนดคุณลักษณะของขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในการจัดการด้านวัฒนธรรมระหว่างชาติ ตามแนวความคิดของดอดด์ (Dodd,1987:3-12) มีรายละเอียด ดังนี้1) การรับรู้ ประกอบด้วย ความยืดหยุ่นในด้านการรับรู้ และการให้ความสำคัญกับเป้าหมาย2) ด้านอารมณ์ประกอบด้วยการยอมรับในความแตกต่าง ความอดทนกับความไม่แน่นอน และการเอาใจใส่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม 3) ด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย ด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทักษะการจัดการทางด้านอารมณ์ และ ทักษะการบริหารความขัดแย้ง

3. การจัดการฐานทรัพยากร(resource based view) ทรัพยากรขององค์การเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้องค์การมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์การ โดยจากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้จำแนกทรัพยากรดังกล่าวไว้ดังนี้ ทะเนง พิทยะ(2539:297) ได้ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันประเทศ ได้กล่าวไว้ว่า การที่ประเทศจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และพัฒนาคุณภาพสินค้าและให้บริการที่สูงขึ้นได้นั้น ต้องใช้ปัจจัยทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด อันจะส่งผลให้มีความสามารถในการยกระดับของการพัฒนาผลิตให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

เป้าหมายหลักที่เป็นหัวใจของการพัฒนาประเทศ ส่วนบาร์นี (Barney,1991: 105-106) เสนอว่าคุณสมบัติของทรัพยากรจะต้อง 1) มีคุณค่าของทรัพยากร (value resource) หมายถึง ทรัพยากรที่ทำให้การบริหารกลยุทธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือแบบดั้งเดิมที่เรียกว่า การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรค (มาร์ศรี เจษฎาปฏิพัทธ์,2552:80) หรือพิจารณาจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในการกำหนดกลยุทธ์ นำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพและประประสิทธิผลของผลการดำเนินงานขององค์การ 2) ความหายากของทรัพยากร(rare resource)พิจารณาจากจำนวนองค์การที่ครอบครองทรัพยากร เพราะหากถูกครอบครองโดยองค์การคู่แข่งหลายราย ทำให้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชนิดนี้ในการดำเนินกลยุทธ์เหมือนกัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ดังนั้นองค์การที่ครอบครองความหายากของทรัพยากรจะได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่า เช่น ความลับทางการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เทคโนโลยี (Tsang,1998:210) 3) ยากต่อการเลียนแบบ (difficult to Imitate) การที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ มาจากที่คู่แข่งทราบข้อมูลไม่ชัดเจนว่าปัจจัยใดที่ทำให้้องค์การประสบความสำเร็จ จึงทำให้คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (มันสนันท์ พรประเสริฐชัย, 2550:29) ประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ ทรัพยากรมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากทรัพยากรขององค์การคู่แข่ง ความซับซ้อนของทรัพยากรองค์การที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่เป็นเรื่องที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ และความซับซ้อนเชิงสังคม เช่น ความน่าเชื่อถือ วัฒนธรรม ชื่อเสียง (Barney,1991:109) และ คุณสมบัตินี้ทรัพยากรองค์การประการสุดท้ายคือ 4) ความยากที่จะทดแทน (difficult to substitute) ความไม่มีทรัพยากรหรือความสามารถขององค์การใดที่จะมาทดแทนได้ (Dess, Lumpkin and Eisner, 2007: 94)

องค์การต้องแสวงหาความรู้และความสามารถใหม่ ๆ ตลอดเวลาแล้วนำมาบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ที่สามารถสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในคุณสมบัติทรัพยากรที่มีคุณค่า ความหายากของทรัพยากร ความยากต่อการเลียนแบบ และความยากที่จะทดแทน เป็นปัจจัยการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่นำมาซึ่งความสำเร็จแบบยั่งยืน(Mahoney and Pandian,1992: 371-373; Barney, 1991: 105-112) ในแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรศึกษาที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

1. **คุณลักษณะส่วนบุคคล** จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล ในระดับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อองค์การ พบว่า มีนักวิชาการหลายท่าน เช่น พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529:312) ประมะ สตะเวทิน (2533:112) ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิตติ (2530:72), เอมีท และชูเมคเกอร์ (Amit and Schoemaker,1993:34-46) ได้ให้คำนิยาม “คุณลักษณะส่วนบุคคล” ไว้สอดคล้องกัน คือ คนหรือทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ ที่มีลักษณะบุคคลแตกต่างกันไป ยากที่จะลอกเลียนแบบหรือทดแทนได้ จะช่วยให้หลีกเลี่ยงจากการถูกลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง และเป็นสิ่งที่ยากจะทำซ้ำ ซึ่งคุณลักษณะส่วนบุคคลจะมีอิทธิพลต่อความสำเร็จ และความมีประสิทธิภาพขององค์การอย่างมาก ในด้านการปฏิบัติงานของคนในองค์การจะเกี่ยวข้องกันกับตัวแปรหลายประการในการวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยนี้ได้แบ่งคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 **เพศ** บุคคลที่ได้รับการเรียนรู้ ด้วยการแบ่งแยกเพศทางสรีระของมนุษย์ โดยมีการแบ่งแยกหน้าที่และบทบาทของชายและหญิงที่มีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2533:112) ในขณะที่พิภพ วังเงิน(2547: 49) กล่าวว่าภาวะความเป็นเพศชาย และหญิงเป็นแนวทางของวัฒนธรรมเพื่อใช้วิเคราะห์สังคม เนื่องจากบุคคลย่อมมีพฤติกรรมต่าง ๆ กัน บางคนกระฉับกระเฉง บางคนเฉื่อยชาต่อหน้าที่การงาน ลักษณะโครงสร้างของเพศกับการทำงาน พบว่าหญิงกับชายมีความแตกต่างกันในเรื่อง การปรับตัวทางสังคม ความสามารถในการเรียนรู้ แรงจูงใจ ความสามารถในการแก้ปัญหาการงาน ทักษะในการวิเคราะห์ แรงกระตุ้นให้มีการแข่งขัน ฯลฯ เพศชายมีความคิดเชิงรุก ก้าวไกลไปในอนาคต คาดหวังความสำเร็จมากกว่าเพศหญิง ส่วนเพศหญิงมีนิสัยคล้อยตามมากกว่าเพศชาย แต่จากการศึกษาผลงานวิจัยพบว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชาย และเพศหญิงที่ต่างกัน มีผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกัน เช่น สราวุธ หนูเงิน (2548:71-77) พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นเพศชายมีขีดความสามารถสูงกว่าเพศหญิง 4 ด้านคือ ด้านจรรยาบรรณในอาชีพ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า การจัดการธุรกิจ ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และผู้ประกอบการเพศหญิงมีขีดความสามารถสูงกว่าเพศชาย 4 ด้าน คือ ทักษะการบริการ ความสามารถในการสร้างเครือข่าย ความรู้ด้านการฝึกอบรมพนักงาน และความสามารถด้านการ

สื่อสารเช่นกันในขณะเดียวกัน กรกช ฐิตวิกรานต์ โชนงนุช (2551:36-37) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีพฤติกรรมการค้าเงินกิจกรรมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับน้อย ในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ เพศชาย และ เพศหญิง

1.2 อายุ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันต่าง ๆ ของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์มีอายุในช่วงที่ต่างกัน จากผลวิจัยของซี เมเปิล, และคณะ (C.Maple, et al., อ้างถึงในศรีสมพร รอดศิริ, 2551: 39) พบว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคน จะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น และเมื่ออายุเกี่ยวข้องกับการทำงานนั้น พิภพ วังเงิน (2547:49) ระบุว่า คนยิ่งอายุมากขึ้นในช่วงสูงอายุ ผลงานจะยิ่งลดลง รวมทั้งเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากประสบการณ์ที่แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533: 112) ในขณะเดียวกัน สราวุธ หนูนเงิน (2548: 72-77) พบว่าผู้ประกอบการที่มีช่วงอายุอายุ 21-30 ปี มีขีดความสามารถด้านการตลาด ความสามารถในการสร้างเครือข่าย และความสามารถด้านการสื่อสาร ช่วงอายุ 31-40 ปี มีขีดความสามารถด้านการจัดการธุรกิจ ช่วงอายุ 41-50 ปี มีขีดความสามารถด้านจรรยาบรรณในวิชาชีพ และด้านทักษะการบริการ ส่วนช่วงอายุ 51-60 ปี มีขีดความสามารถด้านความรู้การฝึกอบรมพนักงาน และด้านคอมพิวเตอร์ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงจำแนกช่วงอายุของผู้ให้ข้อมูล ในการวัดการกระจายเท่าๆ กัน ออกเป็น 2 ช่วง คืออายุน้อย และอายุมาก

1.3 ระดับการศึกษา จัดเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน เนื่องจากการศึกษาจะทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจในความรู้พื้นฐานที่แตกต่างกัน ดังงานวิจัยหลายท่านที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้ประกอบการนั้น ทำให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกันไป (พรทิพย์ วรภิกโกคาทร, 2529: 312) และเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในความสามารถในการแข่งขัน เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533: 112) ผลการวิจัยของโอ๊คและรอซซี (Oakes and Rossi, 2003: 769) พบว่า คนที่มีระดับการศึกษาสูงย่อมมีโอกาสมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยในการเลือกประกอบอาชีพที่ได้รับรายได้สูง แต่ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา มีขีดความสามารถด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ทักษะการบริการ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าสูงกว่าระดับอื่น ๆ ส่วนการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีขีดความสามารถด้านคอมพิวเตอร์เพียงด้านเดียว และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีขีดความสามารถด้านการตลาด การสร้างเครือข่าย การฝึกอบรมพนักงาน และด้านการสื่อสาร ฉะนั้นผู้วิจัยจึงจำแนกระดับการศึกษาออกเป็น 3 ระดับ คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ตำแหน่งหน้าที่ คือ การกำหนดกลุ่มของบุคคลที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านพฤติกรรมที่มีฐานะทางเศรษฐกิจเป็นเกณฑ์ (ชนิตว์สรณ์ ศรีวิทยาภูมิ, 2548: 1) ซึ่งเป็นที่ยอมรับตัวกำหนดสำคัญที่ทำให้คนในสังคมมีความแตกต่างกันไม่ว่าเป็นชนชั้นทางสังคม (social class) หรือตำแหน่งทางเศรษฐกิจสังคม (socioeconomic position) ที่แตกต่างกัน (Krieger,2001:694) อาชีพเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนสถานภาพที่แตกต่างกันที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีผลงานวิจัยพิสูจน์ได้ว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร,2529:312) ในขณะที่ ประมะ สตะเวทิน(2533:112) ยังระบุอีกว่า สถานภาพทางสังคมของบุคคลมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน จึงมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของคนอีก โดยผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 3 ตำแหน่ง คือ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และเจ้าของกิจการ

1.5 ประสบการณ์การทำงาน ทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาไปสู่ระดับที่ตนเองต้องการการมีประสบการณ์ทำให้บุคคลสามารถทำงานได้เป็นอย่างดี (สมใจ ลักษณะ, 2547: 82; อำนวย แสงสว่าง,2544:61) จากการวิจัยพบว่า บุคคลที่ทำงานมานานจะมีผลงาน และความพึงพอใจในงานสูง ซึ่งประสบการณ์การทำงานเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลงานได้ (พิภพ วังเงิน,2547:49)ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบอชและฟอร์สแมน (Borch and Forsman, 2005: 8-22), แกรนท์ (Grant,1996:120-121) และฮอลล์ (Hall,1993: 616) พบว่า ประสบการณ์ของผู้บริหารมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ อีกทั้งยังมีผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน ดังที่ ธรรมศักดิ์ ศรีสงคราม (2553:117-118) ระบุว่าคนที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป มีขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน 5 ด้าน คือ มุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การสั่งสมความเชี่ยวชาญในอาชีพ จริยธรรม และความร่วมแรงร่วมใจ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงจำแนกช่วงประสบการณ์การทำงานตามการวัดการกระจายของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานน้อย และประสบการณ์การทำงานมาก

ผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลในองค์การที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จากปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษาตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงาน

การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและกำหนดสมมุติฐานการวิจัย ตั้งแต่การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงระดับองค์การ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

1.1 บุคลิกภาพปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับภาวะการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาหลายประการ ทั้งปัญหาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง จึงมีความจำเป็นต้องมีการให้ความสำคัญกับเรื่องการพัฒนาบุคคลให้มีความพร้อมและมีความสามารถที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง (รัตติภรณ์ จงวิศาล, 2545:78-80) ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง บุคลิกภาพ จึงกลายเป็นสิ่งที่ทำให้เรารู้จักคนใดคนหนึ่งในภาพรวมทั้งหมด ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ในสังคม ทั้งในด้านส่วนตัวและอาชีพ และคนที่มีบุคลิกภาพดี มักจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานอาชีพไปด้วย เพราะมีความมั่นใจและพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความก้าวหน้าในการงานอาชีพจึงเกิดขึ้นตามไปด้วย (กันยา สุวรรณแสง, 2533:1) ดังนั้น บุคคลในองค์กรเป็นเพียงจุดเล็ก ๆ จุดหนึ่งในองค์กร แม้แต่องค์กรเองก็เป็นเพียงจุดเล็ก ๆ จุดหนึ่งในสังคมใหญ่ ฉะนั้นบุคลิกภาพของคนจะเป็นกระจกส่องบุคลิกภาพขององค์กรและสังคมนั่นเอง (พิภพ วชังเงิน, 2547:157) โดยอา อา แมคแคร่ และพีที คอสต้า (R.R Macrae and P.T.Costa, 2004:588) จำแนกบุคลิกภาพไว้ 5 องค์กรประกอบ ดังนี้ 1) บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (neuroticism or emotional storability) คือมีความวิตกกังวล โกรธง่าย ซึมเศร้า ซ้ำๆ ไม่สามารถควบคุมความต้องการของตนจากสิ่งเร้า ตกใจเมื่อต้องเผชิญกับภาวะฉุกเฉิน 2) บุคลิกภาพแบบแสดงออก (extraversion) คือ มีลักษณะเป็นมิตร โดดเด่นท่ามกลางวงสังคม คล่องแคล่ว 3) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (openness to experience) คือ มีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยจินตนาการ ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของศิลปะและความสวยงาม 4) บุคลิกภาพแบบเห็นพ้อง (agreeableness) คือมีความไว้วางใจผู้อื่น ปฏิบัติกับผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา ให้ความช่วยเหลือ สามารถประนีประนอมกับผู้อื่นได้ 5) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (conscientiousness) คือมีการเตรียมการ มีระเบียบ ยึดมั่นตามหลักจริยธรรม มีมโนธรรม ขยันหมั่นเพียร วินัยในตนเอง ไตร่ตรองอย่างรอบคอบก่อนลงมือทำ จากองค์ประกอบดังกล่าว ได้มีนักวิชาการหลายท่านพบว่า บุคลิกภาพแบบการแสดงออก เปิดรับประสบการณ์ แบบเห็นพ้อง และแบบมีจิตสำนึกมีผลกระทบต่อคุณลักษณะของงาน และความต้องการประสบความสำเร็จ ส่วนผลงานวิจัยของจัดจ์ และโบโน (Judge and Bono, 2004:901) พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดกว้างมีผลกระทบต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ ศิริพร ประโยค (2542:บทคัดย่อ) พบว่าบุคลิกภาพด้านการแสดงออก การยอมรับผู้อื่นและการมีจิตสำนึกมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน ในขณะที่ จริยา ตันติพงศ์อนันต์ (2549:85) พบว่าบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมลลอน (Mellon, 1976, อ้างถึงในวรรณภา ฉายาวัดนะ, 2544:28) และภาณี อุบลศรี (2546:47) พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงต้องมีความกล้าริเริ่มในสิ่งต่างๆ ส่วน ปารีชาติ บุญยะโรจน์ (2544:80) และอภิสิทธิ์ ประวัตินเมือง (2544:69) พบว่า บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง กล้าเสี่ยง ด้านความแกร่งในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอ ความใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จ กลับไม่มีอิทธิพลกับความสำเร็จ

ดังนั้นบุคลิกภาพ คือ ลักษณะของบุคคลอันเป็นที่ปรารถนาของสังคม (พิภพ วังเงิน ,2547:52) เป็นแบบแผนพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปเป็นลักษณะรวมของบุคคลนั้น (จรรยา สุวรรณทัตและ ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์,2529:219) ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำแนกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) บุคลิกภาพแบบห้วนไหว 2) บุคลิกภาพแบบแสดงออก 3) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ 4) บุคลิกภาพแบบเห็นพ้อง 5) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (conscientiousness)(R.R Macrae and P.T.Costa,2004:588)

1.2 การจูงใจการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน มีบทบาทความสำคัญในการทำงานของบุคคลและทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้น ๆ ได้ (วิเชียร วิทยอดม,2554:131) เนื่องจากแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกัน ถ้าหากบุคคลได้รับแรงจูงใจที่เหมาะสม ย่อมทำให้เกิดขวัญกำลังใจที่ดีในการทำงานและพร้อมที่จะทำงานเต็มความสามารถ ซึ่งแรงจูงใจของมนุษย์มีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งในทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow.A) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อจูงใจพนักงาน ให้มีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการปฏิบัติงาน คือ ความต้องการทางร่างกาย ความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ต้องการการยกย่องให้เกียรติ และความต้องการความสำเร็จในชีวิต เพื่อให้การบริหารมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรต้องเข้าใจลำดับขั้นของความ ต้องการพนักงานให้ถูกต้องจึงจะสามารถให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (พิภพ วังเงิน ,2547:163) ซึ่งเป็นการอธิบายการจูงใจที่เน้นไปลักษณะภายในของบุคคล โดยมุ่งไปที่ความต้องการที่จะเข้าใจว่าบุคคลมีความต้องการอย่างไร ในขณะเดียวกันเฮร์เบอร์ก (Herzberg,1987:9) ได้คิดค้นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจากนักบริหาร ปวีณา สิริสุนทร(2546:บทคัดย่อ) และฉวีพรรณ แผ่นทอง(2548:13) ได้นำทฤษฎีปัจจัย 2 ประการดังนี้ ปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ เป็นการสร้างความพึงพอใจให้บุคลากรในองค์การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพผลผลิตสูงขึ้น ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า และปัจจัยอนามัย เป็นปัจจัยที่ป้องกันการเกิดความรู้สึกไม่พอใจงาน แต่เป็นการจูงใจทางอ้อม ได้แก่ นโยบายขององค์การ การบริหารงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพการทำงาน ความมั่นคงในงาน เงินเดือน และสถานภาพ โดยเฮร์เบอร์ก และคณะ (Herzberg et al.,1959:80) ยังพบว่าแรงจูงใจในการทำงานและบุคลิกภาพการปรับตัวเพื่อสู่ความเป็นเลิศของผู้ที่วิชาชีพบัญชีมีอิทธิพลทั้งในหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ส่วนฉวีพรรณ แผ่นทอง(2548:13) พบว่า ผลของแรงจูงใจอันเกิดจากการตอบสนองความต้องการของพนักงานสรุปว่า ความพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน ส่วนสิ่งแวดล้อมของงาน มักเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน ได้แก่ การบังคับบัญชา นโยบายและการบริหารองค์การ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และสภาพการทำงาน ซึ่งงานวิจัยของสุภาภรณ์ แก่นจันทร์(2553:67) ได้พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด รองลงมาคือด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านความรับผิดชอบ ในขณะที่แมคเคลแลนด์(McClelland,1962:99-112) พบว่าความต้องการของคนมีความแตกต่างกันและเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้มาจากวัฒนธรรม 3 ด้าน คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการด้านสังคม และ

ความต้องการด้านอำนาจ บางคนจะมีความพยายามอย่างหนักเพื่อความสำเร็จส่วนตัว และปรารถนาทำสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสิ่งที่ทำมาในอดีต ซึ่งแรงผลักดันนี้ เรียกว่า ความต้องการบรรลุความสำเร็จ และยิ่งพบอีกว่า เราสามารถแยกผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สำเร็จได้จากผู้อื่น คือ บุคคลเหล่านี้มีความปรารถนาที่จะทำงานให้ดีกว่าเดิมอยู่เสมอ (พิชาย รัตนดิลล ฌ ฎุเกศ,2552:38)

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลในองค์การมีความรู้สึกพึงพอใจ ปฏิบัติงานด้วยเต็มความสามารถ และสามารถทำงานบรรลุผลตามเป้าหมายขององค์การ ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นการศึกษากรอบแนวคิดด้านการจูงใจออกเป็น 12 ด้าน ดังนี้ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือลักษณะงานที่ปฏิบัติความรับผิดชอบความก้าวหน้านโยบายขององค์การ การบริหารงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสภาพการทำงาน ความมั่นคงในงาน เงินเดือน และสถานภาพ (Herzberg,1987:9)

1.3 การรับรู้ความสามารถในตนเอง หมายถึง บุคคลที่ตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการบริหารจัดการและก่อให้เกิดพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด (Bandura,1986:391) เป็นองค์ประกอบสำคัญของระดับบุคคลที่แสดงศักยภาพในการรับรู้ เรียนรู้ ซึ่งมีอิทธิพลทำให้ปัจเจกบุคคลมีพื้นฐานขีดความสามารถที่แตกต่างกันอันจะส่งผลต่อความแตกต่างของพฤติกรรมในองค์การ (สมใจ ลักษณะ,2542:106) และบุคคลที่ต้องการจะรับรู้ความสามารถในตนเองสูงจะส่งผลต่อความสำเร็จของบุคคล (Bandura,1986:391) โดยแบนดูรา (Bandura,1986:399-400) ได้ระบุตัวชี้วัดความสำเร็จในปัจจัยระดับบุคคลด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง มี 4 วิธี คือ ประสบความสำเร็จในการกระทำ (performance accomplishment) การได้เห็นตัวแบบ (vicarious experience) การพูดจาชักจูง (verbal persuasion) และการกระตุ้นทางอารมณ์ (emotional arousal) สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยด้านบวกในพฤติกรรมระดับปัจเจกบุคคล (Bandura,1977:16) จากงานวิจัยของณัชชามาน แสงสุข(2550:บทคัดย่อ) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมมีการรับรู้ความสามารถในตนเองมีพฤติกรรมจัดการ และความสำเร็จในอาชีพอยู่ในระดับสูง ในขณะที่เดียวกันภริดา พุ่มพงษ์(2550:ง)ศึกษาด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถในตนเองกับผลการปฏิบัติงาน พบว่าการรับรู้ความสามารถในตนเอง มีผลกระทบกับผลการปฏิบัติงานต่อสถาบันการศึกษา ในขณะที่แบนดูรา (Bandura,1977:84-85) ศึกษาวิธีการวัดการรับรู้ความสามารถในตนเอง ผลงานวิจัยได้จำแนกออกเป็น 3 มิติด้วยกัน คือ ระดับหรือปริมาณความยาก (magnitude) เป็นความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลในด้านพฤติกรรมหรือแตกต่างกันในบุคคลคนเดียวกันเมื่อต้องทำพฤติกรรมที่มีความยากง่ายแตกต่างกัน มิติที่ 2 ความเข้มหรือความมั่นใจ (strength) ที่แต่ละบุคคลคิดว่าตนสามารถทำงานได้ในระดับความยากที่เกิดขึ้นในองค์การ มิติสุดท้าย การแผ่ขยาย (generality) ในด้านประสบการณ์การรับรู้ความสามารถในตนเองที่แตกต่างกันจากสถานการณ์หนึ่งไปสู่สถานการณ์อื่น ซึ่งในมิตินี้มักจะไม่ค่อยวัดกันในบริบทขององค์การ ในขณะเดียวกัน วิลาสลักษณ์ ชวัลลสี,(2538:97-109) ได้นำแนวคิดของแบนดูรา (Bandura,1977:84-85) มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและสร้างเครื่องมือวัดในงานวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถในระดับสูงจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีแนวโน้มที่จะกระทำในสิ่งที่ตนเชื่อ

เพิ่มขึ้นและสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่นได้ง่าย อันนำไปสู่การประสบความสำเร็จ โดยมีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดขึ้นมาจากความสามารถและทักษะของตนเอง

การรับรู้ความสามารถในตนเอง เป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อน แต่ละบุคคลมองในสิ่งเดียวกัน แต่อาจเห็นไม่เหมือนกัน เนื่องจากแต่ละคนมีการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ต่างกัน ซึ่งมีผลต่อการศึกษาในด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง และการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นการศึกษากรอบแนวคิดด้านการรับรู้ความสามารถในตนเองออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ระดับหรือปริมาณความยากความเข้มหรือความมั่นใจ และการแผ่ขยาย (Bandura,1977:84-85)

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยระดับบุคคลที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการจัดการแข่งขันที่ยั่งยืน ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาในปัจจัยดังกล่าว ทั้งด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศอายุ ระดับการศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจและประสบการณ์การทำงานส่วนการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลคือ ด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบหัวนไหว บุคลิกภาพแบบแสดงออกบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพแบบเห็นพ้อง บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (R.R.Macrae and P.T.Costa,2004:588) ด้านการจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในงานการได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบความก้าวหน้านโยบายขององค์กร การบริหารงานความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสภาพการทำงานความมั่นคงในงาน เงินเดือน และสถานภาพ (Herzberg,1987:9) ส่วนด้านสุดท้าย คือ การรับรู้ความสามารถในตนเอง ได้แก่ ระดับหรือปริมาณความยาก ความเข้มหรือความมั่นใจ และการแผ่ขยาย (Bandura,1977:84-85)

2. การรับรู้ในพฤติกรรมกรการสร้างผลงานระดับกลุ่มที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

การศึกษาระดับกลุ่มและพฤติกรรมกลุ่ม มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร และสำหรับการศึกษาการจัดการในยุคสมัยใหม่ เนื่องจากองค์การประกอบไปด้วยบุคคลและกลุ่มคนที่มีการรวมตัวกันเป็นทางการและไม่เป็นทางการทำงานร่วมกันจะส่งผลให้เกิดความคิดที่คล้อยตามกันและแตกต่างกันแต่ละบุคคล ซึ่งย่อมมีผลกระทบต่อการทำงาน และจะทำให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมกลุ่มที่จะแสดงออกในลักษณะการยอมรับและผลกระทบระหว่างบุคคล รวมทั้งในเรื่องการติดต่อสื่อสาร การตัดสินใจของกลุ่ม ความเป็นผู้นำ อำนาจและการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม และระดับความขัดแย้ง ซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรมกลุ่ม เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบทีมงานให้มีประสิทธิภาพ (อรวรรณ น้อยวัฒน์,2556) โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การที่มีพลังการรวมกลุ่ม ที่แข็งแกร่งและเต็มไปด้วยสมาชิกที่มีคุณภาพจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวดที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่ม และให้กลุ่มทำงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งผู้นำจึงมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการจะนำกลุ่มไปสู่เป้าหมาย ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความคิดริเริ่มวางแผนกำหนดเป้าหมาย สร้างแรงจูงใจเพื่อสนองความต้องการของบุคคลในองค์กร และรู้จักการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม ให้เกิดความสามัคคีใน

การทำงานกับกลุ่ม (วิเชียร วิทยอุดม, 2554:151-155) จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยระดับกลุ่มที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ได้แก่ การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มหมายถึง สถานการณ์ที่ระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือระหว่างบุคคลกับกลุ่ม หรือระหว่างกลุ่มต่อกัน ไม่สามารถตกลงหรือเห็นพ้องต้องกันได้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นมาจากความจำกัดของอำนาจ ทรัพยากร สถานภาพทางสังคม และค่านิยมที่แตกต่างกัน ที่มักจะเป็นการรับรู้มากกว่าที่จะเป็นความแตกต่างที่เกิดขึ้นจริง ๆ (Robbins, 1990:411-412), (Follett, 1975:4) ในขณะที่ทอสวอล (Tjosvold, 1991:2) ได้ระบุว่า ถ้าผู้บริหารจัดการความขัดแย้งอย่างเหมาะสม ยังสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์การโดยผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเปิดเผยข้อมูล และสามารถแก้ปัญหาที่สำเร็จ จึงพบว่าความขัดแย้งเป็นสิ่งจำเป็นในการต่อการแสวงหาความคิดเห็นที่แตกต่างกัน จากสิ่งเหล่านี้รอบบีนส์ (Robbins, 1991:450) ได้กล่าวว่า นักพฤติกรรมศาสตร์และนักปฏิบัติการจำนวนมากยอมรับว่าเป้าหมายของการบริหารที่มีประสิทธิภาพไม่ใช่แต่พยายามขจัดความขัดแย้งหากยังต้องช่วยทำให้เกิดความขัดแย้งเพื่อช่วยให้องค์การได้รับผลประโยชน์ในด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนที่แตกต่างกันออกไป โดยซึ่งประโยชน์ที่องค์การจะได้รับไว้ดังนี้ 1) ความขัดแย้งเป็นวิธีการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 2) ช่วยเสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นของกลุ่ม 3) ช่วยเพิ่มประสิทธิผลในการปฏิบัติของกลุ่มไปจนถึงองค์การ 4) ความขัดแย้งทำให้ระดับความเครียดในเชิงสร้างสรรค์สูงขึ้น ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากวิน และกูดีตัส (Wynn and Guditus, 1984:145) ได้กล่าวว่า ความขัดแย้งในกลุ่มช่วยให้วิธีการแก้ปัญหาที่มีคุณภาพสูงขึ้น ทั้งในด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความสามารถตัดสินใจได้ดีกว่ากลุ่มที่ปราศจากความขัดแย้ง (สุนันทา เลานันท์, 2549:176) จากงานวิจัยของโทมัส (Thomas, 1992:265-266) ได้พบแนวทางการแก้ไขความขัดแย้งระหว่างบุคคลอยู่ใน 2 มิตินี้ คือ มิติแห่งการยึดประโยชน์ส่วนตน หมายถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ตนเองพึงพอใจ และเป็นไปตามความต้องการของตน ส่วนมิติแห่งการยึดประโยชน์ของผู้อื่นและร่วมมือร่วมใจ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกออกมาเพื่อให้ผู้อื่นพึงพอใจและเป็นไปตามความต้องการ โดยมีวิธีแก้ไข 5 รูปแบบบนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่างใน 2 มิติดังกล่าว จะมีอยู่ 3 ระดับ คือ ต่ำ ปานกลาง และสูง ประกอบด้วย 1) การเอาชนะ (competing) จะชอบใช้อำนาจบังคับอีกฝ่ายหนึ่ง และจะสนับสนุนเพื่อนร่วมกลุ่มที่มีแนวคิดตรงกัน เพื่อให้อีกฝ่ายอยู่ในภาวะจำยอม โดยแก้ปัญหาให้ข้อขัดแย้งยุติลงโดยเร็ว เป็นการมุ่งเอาชนะในระดับสูงและร่วมมืออยู่ในระดับต่ำ 2) การยอมตาม (accommodating) ชอบความสงบโดยยอมสูญเสียผลประโยชน์ที่ตนพึงได้รับ ถึงแม้ว่าตนเองจะไม่เห็นด้วย เพื่อต้องการรักษาสัมพันธภาพระหว่างบุคคล มากกว่าการแก้ปัญหา เป็นการมุ่งเอาชนะในระดับต่ำและร่วมมือในระดับสูง 3) การหลีกเลี่ยง (avoiding) ไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ปัญหา มีพฤติกรรมการแสดงแบบออกในการเพิกเฉย แยกตัวออกจากกลุ่ม ยับยั้ง และการเลื่อนเวลาพิจารณา เป็นการมุ่งเอาชนะในระดับต่ำและร่วมมือในระดับต่ำเช่นกัน 4) การให้ความร่วมมือ (collaborating) เป็นกระบวนการแก้ปัญหาร่วมกัน ซึ่งในรูปแบบนี้วินและกูดีตัส (Wynn and Guditus, 1984:146) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ความร่วมมือเป็นกลยุทธ์ที่จะเปลี่ยนความ

ขัดแย้งจากในแง่ลบกลายเป็นแง่บวกที่ส่งผลในทางสร้างสรรค์ โดยให้สมาชิกในกลุ่มคู่กรณีได้ใช้ความพยายามและศักยภาพที่มีอยู่ร่วมกันแก้ปัญหา เป็นการมุ่งเอาชนะในระดับสูงและร่วมมือในระดับสูงด้วย 5) การประนีประนอม (compromising) อยู่ระหว่างการครอบงำและการยอมตาม เป็นการเดินทางสายกลางที่มุ่งเอาชนะและร่วมมือในระดับปานกลาง มีการเจรจาต่อรองเพื่อประสานความแตกต่างและให้บรรลุข้อตกลงร่วมกัน แต่จะไม่เป็นที่พอใจโดยสมบูรณ์ทั้งสองฝ่าย ในขณะเดียวกัน อมรา รัตตากร(2546:6) ได้นำทฤษฎีของโทมัส (Thomas) มาวิเคราะห์การศึกษา ได้พบว่าผู้นำชุมชนมีการจัดการความขัดแย้งด้วยรูปแบบประนีประนอม และรูปแบบความร่วมมือในระดับสูง ใช้รูปแบบการหลีกเลี่ยงและรูปแบบการยอมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนรูปแบบการเอาชนะอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนควรได้รับการเพิ่มพูนทักษะการแก้ไขความขัดแย้ง เพื่อให้ผู้นำที่มีความสามารถในการแข่งขันได้หลายรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับปริทัศน์ โชคไพบูลย์(2548:56) พบว่าพนักงานมีพฤติกรรมการจัดการความขัดแย้งแบบร่วมมือ มีอิทธิพลกับประสิทธิผลของทีมงาน ในขณะที่ ดำรงค์วิทย์ รัตน์พวงค์,2553:227) พบว่าผู้นำชุมชนส่วนใหญ่รับรู้บทบาทจากการจัดการความขัดแย้งเกี่ยวกับการทะเลาะวิวาทมากที่สุด จึงใช้รูปแบบประนีประนอม การเจรจาต่อรองให้บรรลุข้อตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่ายจนกว่าจะพึงพอใจ สามารถแก้ไขได้มากที่สุด

ความขัดแย้ง เป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่ม หรือระหว่างองค์การ ที่มีแสดงออกเป็นปฏิสัมพันธ์กัน (สุนันทา เลาหนันท์,2549:212-213) สิ่งสำคัญที่ ผู้ประกอบการต้องบริหารความขัดแย้ง โดยตระหนักว่าความขัดแย้งสามารถนำไปสู่ผลทั้งในเชิงบวกและลบต่อกลุ่ม ในแต่ละองค์การต้องมีความขัดแย้งเป็นเครื่องหล่อเลี้ยง ช่วยให้เกิดความสร้างสรรค์ มีความสามัคคีให้แก่องค์การ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้และความสามารถในการจัดการความขัดแย้ง เพื่อนำองค์การให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นการศึกษากรอบแนวคิดด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) การเอาชนะ 2) การยอมตาม 3) การหลีกเลี่ยง 4) การให้ความร่วมมือ และ 5) การประนีประนอม (Thomas,1976:900)

2.2 ระหว่างร่วมมือกันทำงานให้สำเร็จในเป้าหมาย (พิชัย เสงี่ยมจิตต์,2007:68) โดยวูดค็อก และฟรานซิส (Woodcock and Francis,1994:1) ได้ระบุเพิ่มเติมอีกว่า ทีมงาน คือ กลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีเป้าหมายร่วมกัน แต่ละคนมุ่งสู่ความสำเร็จ มีการทำงานร่วมกัน แบ่งปันกันรับผิดชอบ และให้อำนาจในการตัดสินใจของบุคคลอย่างเต็มศักยภาพ (Pukras,1995:7) ในปัจจุบันการดำเนินงานขององค์การมีเงื่อนไขสำคัญประการหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จขององค์การ คือ การมีส่วนร่วมของบุคลากร (พิชัย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต,2552:265) ที่จะทำให้องค์การก้าวไปสู่ความสำเร็จไม่ว่าจะอยู่ในระดับใด จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการและการทำงานของบุคลากร จึงก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (สุภัททา ปิณฑะแพทย์,2556) ท่ามกลางกระแสการแข่งขันเพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติ กลายเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการหันมาตระหนักว่าความสำเร็จในการทำงานนั้นมิได้เกิดจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งในองค์การ แต่เกิดจากพลังและคุณภาพของความร่วมมือ การประสานงานของทุกคนและทุก

ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในสังคมธุรกิจ การบริหารและการตลาดสมัยใหม่ได้ยอมรับแล้วว่า ญี่ปุ่นคือผู้นำทางเศรษฐกิจของโลก ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลเกิดจากวิธีการทำงานร่วมกันเป็นทีมทั่วทั้งองค์การ อันเป็นแรงผลักดันให้เกิดพลังเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลและไม่เคยปรากฏเลยว่ามีองค์การใดสามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินงานทางธุรกิจโดยปราศจากทีมงานที่ดี (เอกชัย กี่สุขพันธ์, 2538:137) ซึ่งหัวใจของทีมงาน คือ การมีข้อผูกมัดร่วมกันทำให้กลายเป็นพลังในการทำงานแบบร่วมมือกัน ไม่ใช่การทำงานแบบต่างคนต่างทำเพื่อประโยชน์ของตนเท่านั้น แต่เป็นการร่วมแรงร่วมใจกันทำในงาน ผลงานของทีมจึงให้คุณค่ามากกว่าผลรวมงานของงานที่ทุกคนนำมาบวกรวมกัน ดังนั้นสิ่งที่ให้ทีมแตกต่างจากกลุ่ม คือ ความสามารถที่จะนำงานไปสู่ความสำเร็จได้มากกว่าโดยการนำความรู้และทักษะมาบูรณาการเข้าด้วยกัน (สุภัททา ปิณฑะเพทย์, 2556) การที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลของทีมงานได้นั้น ต้องมีวิสัยทัศน์ขององค์การที่ชัดเจน มีวัตถุประสงค์และทิศทางร่วมกัน มีความกระตือรือร้น สมาชิกทีมงานผูกพันตนเอง มีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง มีบทบาทในการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจน (พนิดา แดงศรี, 2546:16) ในปัจจุบันมีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาเชิงลึกในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความร่วมมือกับผลลัพธ์ขององค์การในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พอตเตอร์ (Porter, 1980:35) แนะนำว่า การพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน จำเป็นต้องมีการบูรณาการระหว่างกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ โดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่องเหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกัน แล้วนำส่งต่อไปให้ลูกค้า โดยกระบวนการเหล่านี้เรียกว่า โซ่แห่งคุณค่าที่เน้นความร่วมมือระหว่างกันภายในองค์การเป็นหลัก ซึ่งส่งผลให้สามารถพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันให้คงอยู่กับองค์การตลอดไป แต่ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจนั้น จำเป็นต้องเข้าใจ และรู้ถึงลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของทีมงาน โดยปาร์คเกอร์ (Parker, 1990:1) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะประกอบด้วย 12 ประการ ของทีมงานที่มีประสิทธิภาพแนวใหม่นั้นต้องมีความชัดเจนของวัตถุประสงค์ (clear sense of purpose) มีบรรยากาศการทำงานที่ปราศจากพิธีรีตอง (informal climate) สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (participation) และรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน (listening) การไม่เห็นด้วยในทางบวก (civilized disagreement) ความเห็นพ้องต้องกัน (consensus) มีการสื่อสารที่เปิดเผย (open communication) สมาชิกแสดงบทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน (clear roles and work assignment) มีภาวะผู้นำร่วม (shared leadership) มีความสัมพันธ์กับภายนอก (external relations) มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลาย (style diversity) และสุดท้ายคือการประเมินผลตนเอง (self assessment) สิ่งเหล่านี้จะสามารถทำให้การทำงานของทีมงานประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับพนิดา แดงศรี (2546:5) พบว่าปัจจัยของประสิทธิผลของทีมงาน คือ วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและเป้าหมายร่วมกันของทีม การกำหนดบทบาทที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารที่ดี การมีส่วนร่วมในการทำงาน และความไว้วางใจกัน มีอิทธิพลต่อองค์การ ส่วนงานวิจัยของเบียร์ และคณะ (Beer et al., 1990:6) พบว่าการประสานงานระหว่างกันมีความจำเป็นเป็นอย่างมากต่อการพัฒนานวัตกรรมและความสำเร็จในการแข่งขันขององค์การ ซึ่งความร่วมมือเป็นรากฐานของการประสานงาน โดยที่การประสานงานอย่าง

เหมาะสมจะก่อให้เกิดเป็นการรวมตัวอย่างมีพลัง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันแองเจิ้ล และแพร์รี (Angle and Perry,1981:8) พบว่าการสร้างความสัมพันธ์ของการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของคารพในการตัดสินใจระหว่างกัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลในทางบวกให้กับผู้ประกอบการขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ สัมมนา สีมุ่ย(2553:บทคัดย่อ)พบว่าประสิทธิผลของการทำงานเป็นทีม ในความคิดเห็นของบุคลากรส่วนใหญ่ว่าด้านการตัดสินใจร่วมกัน มีประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมอยู่ในอันดับแรก ซึ่งผลในครั้งนี้นี้สามารถนำมาวางแผนและปรับปรุงพัฒนาประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมในองค์กรให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในการวิจัยในครั้ง นี้ ตามที่ได้ศึกษาค้นคว้าเชิงประจักษ์และเชิงสังเคราะห์ สามารถสรุปเป็น 6 ด้าน ได้แก่ มีความชัดเจนของวัตถุประสงค์สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันความเห็นพ้องต้องกันมีการสื่อสารที่เปิดเผย บทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน (Parker,1990:1)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยระดับกลุ่ม ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาในประเด็นดังกล่าว ทั้งด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ได้แก่ การเอาชนะการยอมตามการหลีกเลี่ยง การให้ความร่วมมือ การประนีประนอม (Thomas,1976:900) และด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ได้แก่ มีความชัดเจนของวัตถุประสงค์สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันความเห็นพ้องต้องกันมีการสื่อสารที่เปิดเผย บทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน (Parker,1990:1)

3. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างงานระดับองค์กร ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ในยุคสมัยของการแข่งขันกันทางธุรกิจเป็นไปอย่างเข้มข้นและรุนแรงนั้น ผู้ที่สามารถสร้างองค์กรของตนเองให้แข็งแกร่งและยั่งยืนได้ คือ ผู้ประกอบการ (ชาญชัย อาจินสมาจาร ,2552:171) ในขณะเดียวกัน ทักซิณ ชินวัตร เคยกล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการภาคเอกชนควรเร่งปรับตัวปรับองค์กรธุรกิจของตนเอง มีมุมมองที่ยาวไกลไปในอนาคต เตรียมพร้อมสำหรับรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และอยู่รอดในกระแสการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อม ท่ามกลางกระแสการแข่งขันที่เข้มข้น (กรุงเทพธุรกิจ,2006) องค์กรต่าง ๆ ทั่วโลกทั้งภาครัฐและเอกชนต่างเร่งปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องแสวงหานวัตกรรม พันธมิตรทางธุรกิจ และตลาดใหม่ ๆ เพื่อรองรับสินค้าและบริการ ตลอดจนการเรียนรู้ที่จะแสวงหาโอกาสสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร ในกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (ทวิศักดิ์ สุททวาทีน,2548:4)จากการความสำคัญข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยระดับองค์กรที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร นวัตกรรมองค์กร เครือข่ายองค์กร และสภาพแวดล้อมองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การมุ่งเน้นการเรียนรู้หมายถึง กิจกรรมของการสร้างสรรค์และใช้องค์ความรู้ ทั้งองค์การในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการได้รับและการแบ่งปัน ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด และการกระทำของคู่แข่งชั้น ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้น (Herley and Hult,1998:42-54), (Moorman and Miner,1998:698-723), (McKinley et al.,1998:115-132), (Calantone et al.,2012:515-524) ในขณะที่ฮูเบอร์ (Huber,1991:93) กล่าวว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นวัฒนธรรมองค์การประเภทหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ซึ่ง การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมีการฝึกฝนหรือกำหนดสถานการณ์ขึ้นมาเพื่อช่วยให้เกิดการเรียนรู้ ขึ้น จะสามารถเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถของบุคคลได้อย่างยั่งยืน (วิเชียร วิทย์อุดม,2554:15) ใน ขณะเดียวกัน วีระวัฒน์ ปันนิตามัย(2544:144) ได้แบ่งระดับของการเรียนรู้ไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับ บุคคล เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองด้วยการพัฒนาเชี่ยวชาญ ส่วนระดับกลุ่ม คือลักษณะ ความสามารถของกลุ่มจากการที่บุคคลากรในองค์การมีส่วนร่วมและมีการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ใน กิจกรรมหรือปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่ม ไปจนถึงระดับองค์การ โดยการนำความรู้ ความสามารถที่ แต่ละบุคคลในกลุ่มร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์การที่กำหนดไว้

การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขัน ถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นของผู้บริหารที่จะต้อง ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งปัจจัยพื้นฐาน คือ ความรู้ ที่ต้องมีการเรียนรู้กันอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ (พิชิต เทพวรรณ,2005:61) องค์การจะต้องสร้างให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนถึงแก่นของ ธุรกิจขององค์การนั้น และองค์ความรู้ที่องค์การต้องการเพิ่มเติมในการนำมาประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาสร้างความได้เปรียบขององค์ความรู้ข้ามประเทศ มิยุทธวิธีที่สำคัญคือ การพัฒนาความรู้ ด้วยการสร้างการเรียนรู้ จุดสำคัญขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์จะสามารถรวบรวมสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มาสรุปให้เป็นองค์ความรู้ได้ในระดับใด และต้องเห็นประจักษ์ว่าในการทำอาชีพทุกอย่างนั้น แท้จริง คือ การเรียนรู้ เมื่อมีการกระทำมากขึ้นจนผ่านเป็นกระบวนการเรียนรู้ สามารถพัฒนาขึ้นเป็นความรู้ ได้ (ผลิน ภูจรรณ,2546:285-286) ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550:324-326) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเรียนรู้ของมนุษย์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เช่น การเรียนรู้ภาษา การรับประทานอาหาร การรู้จักตกทาย เหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด แต่เป็นผลจากการเรียนรู้ทั้งสิ้น ทั้งนี้รูปแบบการ เรียนรู้เกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยขององค์การ จากมุมมองพื้นฐานด้านความรู้ คือทรัพยากร แห่งการสร้างข้อได้เปรียบอย่างยั่งยืน (Grant, 1996: 109), (Kogut and Zander,1992:502) และ (Spender,1996:45) การสร้างและการถ่ายทอดความรู้คือสิ่งสำคัญสำหรับขับเคลื่อนการ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้กับองค์การ ที่ต้องสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง (Lane and Lubatkin,1998:461) ความรู้ได้กลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญสำหรับองค์การในโลกของการแข่งขันใน ยุคปัจจุบันและยังเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นองค์การธุรกิจ ใน ปัจจุบัน จึงพยายามหาหนทางในการรวบรวมความรู้ของพนักงานแต่ละคน ให้กลายเป็นองค์ความรู้ และต้องพัฒนาให้กลายเป็นองค์การที่มีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต (พัศตร์ผจง วัฒนสิทธิ์ และพสุ เดชะรินทร์,2542:290) ได้กลายเป็นกิจกรรมของการเพิ่มและใช้ความรู้

ขององค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีบทบาทความสำคัญ ในการพัฒนาประสิทธิภาพให้กับองค์กร ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (commitment to learning) วิสัยทัศน์ร่วม (share vision) การเปิดใจ (open mindedness) และการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) (Hurley and Hult,1998:42) จากการวิจัยของแกรนท์ (Grant,1996:109) ได้พบว่า การได้รับความรู้ และการฝึกฝนความรู้ที่ตรงประเด็น คือ ความสามารถอย่างหนึ่งขององค์กรที่จะเพิ่มข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ขณะเดียวกันคาลันโทน และคณะ (Calantone et al.,2002:515) ได้ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูง พบว่า องค์กรร่วมสมัยจำเป็นต้องมีการมุ่งเน้นการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีผลกระทบไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร(performance) โดยสอดคล้องกับจันทิมา และคณะ (Chanthima et al.,2011:36) มุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทาง ธุรกิจที่ยั่งยืน โดยจำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นต่อการเรียนรู้ วิสัยทัศน์ร่วม การเปิดใจ และการแบ่งปันความรู้

ดังนั้นการแสวงหามาซึ่งความรู้และความเชี่ยวชาญใหม่จากทั่วโลกเป็นสิ่งที่องค์กร ธุรกิจต้องการจะก้าวสู่ความเป็นเลิศต้องดำเนินการโดยด่วน ทั้งนี้การที่บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่เข้าไปลงทุนในประเทศที่กำลังพัฒนาเป็นการลงทุนเพื่อที่จะใช้ทรัพยากรในการผลิตที่มีต้นทุนต่ำจัดว่าเป็นการแสวงหาวัตถุดิบทางการผลิต แต่ถ้าเป็นการเลือกลงทุนกับบริษัทที่มีองค์ความรู้พิเศษเฉพาะ เพื่อจะนำเอาความรู้ความชำนาญนั้นมาประกอบกันในการพัฒนาให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ จัดว่าเป็นการสร้างความได้เปรียบข้ามประเทศโดยการใช้องค์ความรู้ ซึ่งจะนำมาซึ่งประโยชน์ในเชิง ธุรกิจที่ยั่งยืน (ผลิน ภู่อรุญ,2546:287) ผู้วิจัยจึงจำแนกประเด็นการศึกษารอบแนวคิดด้านการ มุ่งเน้นการเรียนรู้ ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้วิสัยทัศน์ร่วม การเปิดใจ การแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Hurley and Hult,1998:42)

3.2 วัฒนธรรมองค์กรหมายถึง คุณสมบัติที่แสดงออกในเวลาเดียวกันของกลุ่มบุคคล กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ถูกสร้างพัฒนาขึ้นมาร่วมกัน โดยเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากกลุ่มบุคคลที่สะสมขึ้นเรื่อย ๆ ในเวลาและขอบเขตพื้นที่อยู่ร่วมกัน เป็นค่านิยมร่วมกัน การรับรู้ร่วมกัน ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรจะเป็น สิ่งที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และวิธีปฏิบัติร่วมกันของแต่ละองค์กรที่ทำให้องค์กร เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Schein,1999,อ้างถึงในเกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย,2552:91) ซึ่ง สอดคล้องกับ อภิญาญา แจ่มแจ่ม(2551:6) มองว่าวัฒนธรรมองค์กร เป็นความเชื่อ ค่านิยมหรือวิถี ปฏิบัติที่บุคคลส่วนใหญ่ในองค์กรยอมรับร่วมกัน และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกัน เพื่อนำไปสู่นโยบายหรือเป้าประสงค์ขององค์กร และหล่อหลอมพนักงานให้มีความมุ่งมั่นในการทำงานที่สามารถผลักดันให้เกิดผลิตภาพสูงสุดในการทำงาน ซึ่งมีนักวิจัยจำนวนมากมุ่งให้ความสนใจศึกษา วัฒนธรรมองค์กรมากขึ้น เนื่องจากได้พบพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ในการขับเคลื่อนองค์กรนั้นคือ ค่านิยม ร่วม ในการทางวิชาการเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้องค์กรในปัจจุบันหันมา สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เข้มแข็งมากขึ้น เพื่อเป็นตัวแปรในการผลักดันไปสู่ความสำเร็จ (ผลิน ภู่อรุญ,2546:151-153) โดยคินิคิ และไครท์เนอร์ (Kinicki and Kreitner,2009,อ้างถึงในเกรียงไกร

ยศ พันธุ์ไทย,2552:93-94) ได้สรุปกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์วัฒนธรรมในรูปแบบที่แตกต่างกันคือ 1) วิเคราะห์จากสิ่งที่ดำรงอยู่เก็บรักษาอยู่ในองค์กร 2) กรอบแนวคิดหลักของค่านิยมในองค์กร 3) วิเคราะห์จากประวัติความเป็นมาขององค์กร ซึ่งกรอบการวิเคราะห์วัฒนธรรมนี้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจ ประเมินและสร้างความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมได้โดยคาเมรอน และควิน (Cameron and Quinn,1999:47) ได้นำกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์วัฒนธรรม มาแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม (group culture) 2) วัฒนธรรมเน้นการปรับตัวเพื่อพัฒนา (developmental culture) 3) วัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน (market culture) และ 4) วัฒนธรรมเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ (Bureaucratic culture) ซึ่งจากผลงานวิจัยของเกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย(2552:บทคัดย่อ) พบว่าพฤติกรรมผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรเน้นการปรับตัวกิจกรรมการฝึกอบรมและกิจกรรมการพัฒนาของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจโดยที่พฤติกรรมผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ สุภัทราภรณ์ สุโข (2548:บทคัดย่อ) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์การในการดำเนินกิจการที่จะช่วยวางแผนและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการพัฒนาและมีการเจริญเติบโต และวรรณ ทิสสิฐคุงมิตร(2550:21) ศึกษาแบบของผู้นำที่มีสมรรถนะในระบบราชการพลเรือนไทย พบว่า ชีตความสามารถในด้านการปฏิบัติงานมีผลกระทบต่อแบบของผู้นำมีอิทธิพลในการสร้างวัฒนธรรมองค์การ ในขณะที่เดียวกัน พิมพร สงวนพงษ์ (2549:บทคัดย่อ)พบว่า ภาวะผู้นำวัฒนธรรมองค์การ ทศคติต่อระบบคุณภาพขององค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization:ISO 9000) มีอิทธิพลและสามารถร่วมกันพยากรณ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดังนั้นวัฒนธรรมองค์การเป็นปัจจัยผลักดันให้องค์กรขับเคลื่อนได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เรื่องการสร้างวัฒนธรรมองค์การให้แข็งแกร่งและสามารถประยุกต์มาใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ประเด็นการศึกษากรอบแนวคิดด้านวัฒนธรรมองค์การแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ 1) วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม2) วัฒนธรรมเน้นการปรับตัวเพื่อพัฒนา3) วัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน และ 4) วัฒนธรรมเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ(Cameron and Quinn,1999:47)

3.3 นวัตกรรมองค์การ เป็นกระบวนการระดับองค์กรในการนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติ (Amabile,1988:151), (Stein,1974, Woodman et al.,1993,อ้างถึงในเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน ,2554:2) หมายถึง การนำเอาวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติโดยการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อความอยู่รอดของระบบ ด้วยศักยภาพของบุคลากร (Morton,1971,อ้างถึงในพิชิต เทพวรรณ,2005:56) นวัตกรรมจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับองค์กร เพราะองค์กรที่ประสบความสำเร็จสูงในระดับโลก ต่างให้ความสำคัญในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในการสร้างนวัตกรรมขององค์กร (McGregor,2007,อ้างถึงในเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน,2554:1) ดังที่จอห์น และสเนลสัน (John and Snelson,1990,อ้างถึงในพิชิต เทพวรรณ,2005:56) กล่าวว่า หัวใจแห่งความสำเร็จขององค์กรในการ

พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้น เกิดจากการที่สมาชิกทุกคนในองค์กรต้องมีความเข้าใจถึงกลยุทธ์และนโยบายการแข่งขันขององค์กรอย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญในการบริหารจัดการจัดการผลิตภัณฑ์มากกว่าหน่วยงาน ในผลการวิจัยของซอลลีโล และ แคสตันอน (Solleiro and Castanon, 2005:1059) ที่ได้ศึกษาด้านขีดความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจและด้านนวัตกรรม ความท้าทายของประเทศแม็กซิโกในบริบทของโลก พบว่าอุปสรรคของการพัฒนาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มาจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับมหภาค ควรวิเคราะห์ถึงปัจจัยพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสำคัญยิ่ง ในขณะที่ วรรณภา ชิสิฐศุภมิตร(2550:5)ได้ศึกษาแบบของผู้นำที่มีขีดความสามารถในระบบราชการพลเรือนไทย พบว่า ขีดความสามารถหลักมีอิทธิพลกับแบบของผู้นำที่มีต่อความคิดริเริ่มและนวัตกรรม ขณะเดียวกันแอลลอนไนติส และคณะ (Avlonitis et al., 1994:5-28) ได้จำแนกขีดความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม และด้านนวัตกรรมกลยุทธ์ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนอร์ทและสมอลบอน (North and Smallbone, 2000:145-157) ได้แบ่งออกเป็น 4 ด้านเช่นกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านพฤติกรรม และจากด้านกลยุทธ์กลายเป็นด้านการตลาดแทน ในขณะที่ภาณุ ลิมนานนท์, 2546, อ้างถึงในพิชิต เทพวรรณ, 2005:56) จำแนกได้เป็น 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดการ นอกจากนี้นวัตกรรมยังรวมถึงการพัฒนาบริการซึ่งเป็นการเพิ่มวิธีการที่ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยการสร้างผลประโยชน์สูงสุดค่าเป็นสำคัญ (Marcel, 2001:522-528) ขณะเดียวกันคานและคาน (Khan and Khan, 2009:509-512) ได้ศึกษานวัตกรรมทางด้านการบริการที่สัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับลูกค้า มี 6 ประเภทดังนี้ 1) การปรับปรุงรูปแบบและการให้บริการ 2) การขยายสายบริการ 3) นวัตกรรมบริการหลัก 4) การปรับปรุงกระบวนการ 5) การขยายสายผลิตภัณฑ์ และ 6) นวัตกรรมกระบวนการหลัก ส่วนของลินัน และยูฮี (Li Nan and Youhe, 2010:297-316) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น โดยได้ศึกษาถึงนวัตกรรมเชิงสำรวจ นวัตกรรมต่อยอดจากประโยชน์ ผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ธุรกิจ และสภาพแวดล้อม ในการศึกษาพบว่า นวัตกรรมทั้ง 2 รูปแบบดังกล่าวมีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร ส่วนในด้านสภาพแวดล้อมนั้นสามารถผลักดันนวัตกรรมเชิงสำรวจให้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามกลับทำให้นวัตกรรมต่อยอดจากประโยชน์มีการพัฒนาในระดับต่ำลง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ศุภางค์ นันทา (2555:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย โดยพบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการบริหารงาน โดยเน้นให้องค์กรมีการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ (creative service idea) เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง (attitude toward change) และการสร้างการเรียนรู้ (generative learning) ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมบริการเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจ ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า นวัตกรรมองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจทุกประเภท โดยมีนัยสำคัญต่อการผลการดำเนินงานของธุรกิจ

(Keskin,2006:396-417), (Calantone et al.,2002:516), (Lee and Tsai,2005:346-347)และ ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นหนึ่งในแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับบริษัทที่จะบรรลุ ความสำเร็จระยะยาว (Noble et al.,2002:25-39) ส่วนของบีเวอร์ และปรินซ์ (Beaver, G. and Prince,2002:28-37) ศึกษาด้ำนนวัตกรรมผู้ประกอบการและความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการ ประกอบการลงทุน พบว่าส่วนผสมของความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมให้ได้กำไรและเกิดความ ยั่งยืนในธุรกิจได้นั้นต้องพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นความผูกพันและแรงจูงใจให้เกิดขึ้นภายใน องค์กรเพื่อที่จะไปสนับสนุนให้กับนวัตกรรมองค์การ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากรอบแนวคิดด้ำนนวัตกรรมองค์การ โดยมุ่งประเด็น การศึกษาด้านบริการให้สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือที่ผลักดันให้ธุรกิจ สามารถพัฒนาผลการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ใน การบริการ, เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้ (ศุภางค์ นันทา,2555:บทคัดย่อ)

3.4 เครือข่ายองค์การ (organizational network) หมายถึง กลุ่มบริษัทต่าง ๆ ตกลง ร่วมมือดำเนินกิจกรรมบางอย่าง เชื่อมโยงกัน โดยบางบริษัทมีความคล้ายคลึงกัน เรียกว่า พันธมิตร ธุรกิจกระบวนการสร้างความเข้มแข็งและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ (สุภาวดี วิหะประพันธ์,2545:12-14) ธุรกิจนำเที่ยวก็เช่นเดียวกันที่ประสบปัญหาด้ำนเครือข่าย เพราะต่างคนต่างแยกลูกค้า มีการแข่งขันกันสูง ไม่มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันหรือการสร้าง เครือข่าย (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา,2553:29) แต่ในปัจจุบันเป็นเรื่องยาก มากที่จะดำเนินธุรกิจได้โดยลำพัง องค์การจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการทำงานในลักษณะเครือข่าย มากขึ้น เป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างองค์การที่พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งมี ด้วยกันหลายแบบ เช่น เครือข่ายทางสังคม องค์การธุรกิจ ความรู้ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เข้ามามี อิทธิพลอย่างมากในการสร้างให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เครือข่ายจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ปัจจุบันนักวิชาการได้ให้ความสนใจในเรื่องนี้มาก ขึ้น โดยมีงานวิจัยที่สนับสนุนกรอบแนวคิดของการสร้างเครือข่าย โดยมองว่าเป็นช่องทางช่วยสร้างให้ เกิดความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น นับได้ว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการ แข่งขันระหว่างองค์การที่เกิดจากการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน (ผลิน ภู่อัจฉริยะ,2546:253-255) เช่น ของพอตเตอร์ (Porter,1985:96) พบว่า หัวใจของการสร้างขีดความสามารถให้กับประเทศ คือการ สร้างเครือข่ายวิสาหกิจ โดยอาศัยองค์ประกอบหลายด้ำน ได้แก่ สภาพปัจจัยพื้นฐานของประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิต สภาพความต้องการภายในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของบริษัท เงื่อนไขและนโยบายของรัฐบาล และปัจจัยด้ำนโอกาสหรือ ภาวะวิกฤตของประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ขณะเดียวกันนิวาาลี และมาธาวัน (Madhavan and Gnyawali,2001:431) พบว่า ความแตกต่าง ของโครงสร้างที่ไม่เท่าเทียมกันขององค์การ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแข่งขันระหว่างเครือข่ายของ องค์การ จึงมีการศึกษากรอบแนวคิดหลายระดับที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของเครือข่ายสู่การดำเนินงาน และการตอบสนองด้ำนการแข่งขัน ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกัน และยังส่งผลให้การปรับตัวเข้ากับ สถานการณ์การแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจึงกลายเป็น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการพัฒนาพลวัตในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิชาติ ศรีสวัสดิ์

(2553:2) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมบริการแบบเครือข่ายและยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสีเขียวแนวอนุรักษ์ พบว่าการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นกรอบแนวคิดในเชิงยุทธศาสตร์สู่นาคต นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาและเติบโตอยู่รอดได้ท่ามกลางยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างมั่นคง ปลอดภัยมีความยั่งยืน ในขณะที่เลวินสัน และอาซาฮิ (Levinson and Asahi,1996:60) พบว่าการพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันมีอิทธิพลต่อเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นผลให้เกิดการประยุกต์ความรู้ จนกลายเป็นขีดความสามารถหลักให้เกิดขึ้นในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแกรนท์ (Grant,1996:375) ศึกษาพลวัตสภาพแวดล้อมในการแข่งขันด้านความสามารถขององค์กรในการบูรณาการความรู้ โดยมุ่งประเด็นในด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน และการนำความรู้มาปฏิบัติ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้นในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ รวมทั้งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนด้านเครือข่ายธุรกิจนำเที่ยว ในงานวิจัยของกัญญากัญยามาโมโต้(2551:4)ที่ศึกษาการสร้างรูปแบบเครือข่ายธุรกิจนำเที่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รูปแบบเครือข่ายระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อจำกัดด้านเครือข่ายทั้งแบบที่เป็นทางการ และระดับกลุ่มเฉพาะ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการสร้างเครือข่าย เพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน ในขณะเดียวกันนฤมล คงทน(2549:1) ได้สรุปผลการวิจัยว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์แปรรูปข้าวจังหวัดพิษณุโลก คือ ขาดการเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ในการสร้างเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ดีเยอร์ และสิงห์ (Dyer and Singh,1998:660) ได้วิจัยด้านการเพิ่มศักยภาพเครือข่ายระหว่างองค์กรให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยพบว่า ยุทธวิธีที่ทำให้ทรัพยากรระหว่างองค์กรมีความได้เปรียบทางแข่งขันต้องศึกษาดังต่อไปนี้ 1) การเชื่อมโยงทรัพย์สินเฉพาะพิเศษ (relation-specific assets) 2) การแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กร (knowledge sharing routines) 3) ความสามารถด้านทรัพยากรระหว่างองค์กร (complementary resource capabilities) และ 4) การกำกับดูแลองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (effective governance) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลิน กุ์จรรูญ(2546:266-267) วิจัยเรื่องเครือข่ายธุรกิจ ทำให้สามารถสร้างรูปแบบในการสร้างเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพ โดยพบว่าการสร้างเครือข่ายธุรกิจขององค์กรต่างประเทศสัญชาติญี่ปุ่นมีการตระหนักถึงความสำคัญ กล่าวคือ 1) การแลกเปลี่ยนทรัพย์สินเฉพาะพิเศษ เพื่อใช้ในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน ในการนำมาใช้ในการผลิตและดำเนินงาน 3) การบูรณาการองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4) การส่งเสริมแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งยิ่งขึ้น และ 5) ความเข้มแข็งของเครือข่าย เป็นความผูกพันระหว่างองค์กรให้เหนียวแน่นยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันงานวิจัยของอัครพงศ์ อันทอง,(2013:บทคัดย่อ)ได้วิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความชำนาญสูงสุดในภูมิภาคนี้ แต่กลับมีแนวโน้มลดลง ส่วนประเทศมาเลเซียกลายเป็นผู้ที่มีความชำนาญเพิ่มขึ้นในอัตราสูงสุด โดยภาพรวมนั้น ประเทศไทยควรใช้โอกาสการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาคให้มากขึ้น

การสร้างเครือข่ายองค์การก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรมหรือการผลิตระหว่างองค์การในเครือข่าย ซึ่งจำเป็นต้องการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นการสร้างเครือข่ายองค์การ จึงเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญมาก ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากรอบแนวคิดด้านเครือข่ายองค์การ ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการวัดแบ่งเป็น 5 กลุ่มได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนทรัพยากรสินเฉพาะพิเศษ 2) การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน 3) การบูรณาการองค์ความรู้ 4) การส่งเสริมแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกัน 5) ความเข้มแข็งของเครือข่าย (ผลิน ภูจรรย์, 2546: 266-267)

3.5 สภาพแวดล้อมองค์การหมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ปัจจุบันคงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่การบริหารเชิงกลยุทธ์ในองค์การจะต้องพบกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวส่งผลให้องค์การต้องพัฒนาแนวคิดทางการจัดการที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา จึงกลายเป็นภาระหน้าที่หลักของผู้บริหารทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ต้องให้ความสำคัญกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น มิฉะนั้นแล้วอาจทำให้องค์การสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันที่เคยมีเหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันได้ เพราะขาดการพัฒนาจัดการตัวเองให้ร่วมสมัยกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป (ผลิน ภูจรรย์, 2546: xiii) ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร มีแนวความคิดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่หลากหลาย เช่น แนวความคิดการวิเคราะห์เรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กร (Wernerfelt, 1984: 172) ซึ่งนำไปสู่แนวความคิดการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ สิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของแนวความคิดหนึ่งในกลยุทธ์ในการแข่งขันยุคใหม่ (Forsman, 2004: 21) หากใช้แนวความคิดนี้ในการวิเคราะห์ เป็นพื้นฐานแล้ว องค์กรจะสามารถสร้างกลยุทธ์การแข่งขันที่ดีโดยเป็นการผสมผสานระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกอย่างเหมาะสม (Forsman, 2004: 19) ดังเช่นผลงานวิจัยของ ภีร์วัฒน์ นนทะโชติ (2555: 104) ศึกษาแบบจำลองพลวัตการเป็นองค์การอัจฉริยะของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เพื่อใช้สำหรับแก้ไขปัญหาระบบการวัดผลการดำเนินงานเดิม เนื่องจากสภาวะแวดล้อมขององค์การทางการศึกษามีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็ว ในผลงานวิจัยพบว่าแนวความคิดนี้สามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ตามเงื่อนไขและความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไป อันนำไปสู่การวางแผนและการเลือกแนวทางการบริหารจัดการในองค์การให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันเกรवाल และทานซูฮัจ (Grewal and Tansuhaj, 2001: 76) ศึกษาการสร้างขีดความสามารถขององค์การเพื่อการบริหารจัดการในสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ได้เจาะลึกไปที่บทบาทของแนวความคิดการตลาดและความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ พบว่าแนวความคิดด้านการตลาดเป็นผลสะท้อนให้องค์การต้องหันมาเรียนรู้สภาพแวดล้อมขององค์การ เพราะสามารถช่วยในการปรับตัว และแก้ปัญหาเชิงรุก ในองค์การที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ในขณะที่ชัชรณ กนิษฐพงศ์ (2553: 71) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและความท้าทายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการกล่าวถึงปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานทั้ง 4 ประการ ของพอตเตอร์ (Porter) ที่ได้อธิบายสาเหตุ

ของความสามารถในการแข่งขัน จากระดับองค์การธุรกิจไปสู่ระดับประเทศ มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้วัดขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย สิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับต่ำสุด จึงควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันใน 4 ด้าน ที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ อันนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรม คือ ปัจจัยด้านการผลิต (factor condition) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (demand condition) ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและการแข่งขัน (firm strategy, structure rivalry) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน (related and supporting industries) นอกจากนี้ปัจจัยหลักทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นยังมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศอีก 2 ปัจจัยที่อาจเป็นได้ทั้งส่วนสนับสนุนและอุปสรรคต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศ คือ ด้านบทบาทของภาครัฐ และบทบาทของโอกาส (the role of government and the role of chance) เป็นผู้ที่มีอำนาจในด้านการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับด้านการค้า สินค้า ภาษี เป็นต้น ดังนั้น หากรัฐบาลมีนโยบายหรือมาตรการที่สนับสนุนธุรกิจใดนั้น ก็จะส่งผลให้ธุรกิจนั้นมีความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น และบ่อยครั้งที่การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐบาล แต่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลประเทศอื่น บทบาทของโอกาสจึงมีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เพราะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างธุรกิจซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานของจาร์วอร์ธ พุ่มบัว(2551:172) ได้ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ตัวแบบจำลอง เพชรแห่งความได้เปรียบทางการแข่งขันพบว่ามีการแข่งขันกันเองมากขึ้น และผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตใกล้เคียงกันจึงสามารถทดแทนกันได้ และพบปัญหาที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ภาครัฐยังไม่ชัดเจน และไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง ในส่วนของการวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของประเทศไทยในอนาคต ผลการวิจัยพบว่า มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนอันเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในของและภายนอกขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ดังนั้นจึงควรพิจารณาทุกด้านที่สัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมขององค์กร โดยได้จำแนกออกเป็น 5 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการผลิต 2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ 3) ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและการแข่งขัน 4) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน และ 5) ด้านบทบาทของภาครัฐ และบทบาทของโอกาส (Porter,1980:117-265)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยระดับองค์การ ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาในประเด็นดังกล่าว 1) ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ จำแนกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ วิสัยทัศน์ร่วมการเปิดใจและการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Hurley et al,1998:42), (Calantone et.al.,2002:515)2) ด้านวัฒนธรรมองค์การจำแนกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วมวัฒนธรรมเน้นการปรับตัวเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน และวัฒนธรรมเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ (Cameron and Quinn,1999:47) 3) ด้านนวัตกรรมองค์การ จำแนกเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการเจตคติที่มุ่งสู่การ

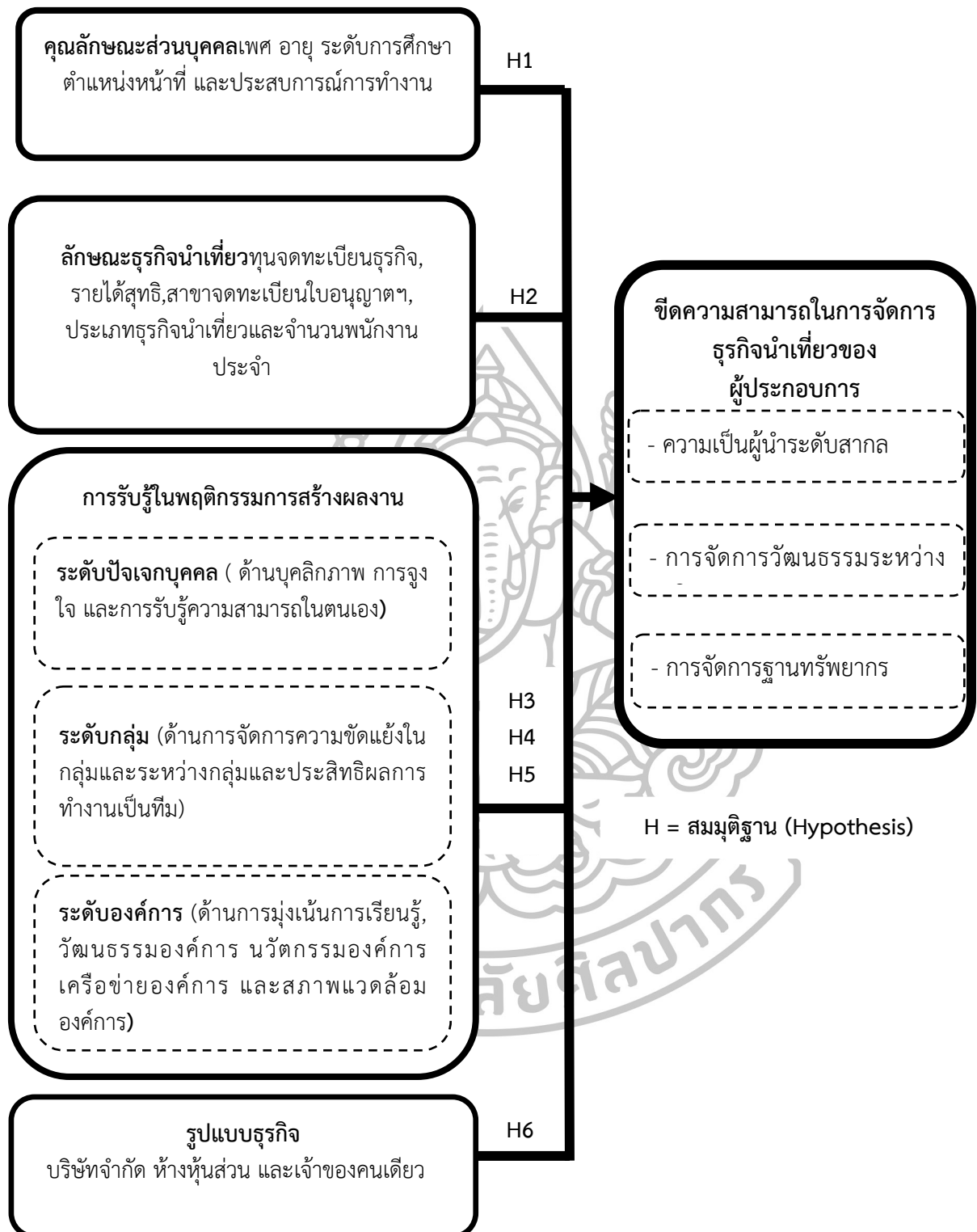
เปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้ (ศุภางค์ นันทา,2555:บทคัดย่อ) 4) ด้านเครือข่ายองค์การ จำแนกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแลกเปลี่ยนทรัพยากรพิเศษ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ระหว่างกันการบูรณาการองค์ความรู้ การส่งเสริมแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันและความเข้มแข็งของเครือข่าย (ผลิน ภูจรรยา,2546:266-267) 5) ด้านสภาพแวดล้อมขององค์การ จำแนกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต, ปัจจัยด้านอุปสงค์, ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์โครงสร้างและการแข่งขัน, ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน และด้านบทบาทของภาครัฐ และบทบาทของโอกาส (Porter,1980:117-265)

ภาคสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อันนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัยเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจที่ยั่งยืน บนพื้นฐานของทรัพยากรมนุษย์คือองค์ประกอบสำคัญที่สุดต่อความสำเร็จขององค์การ ซึ่งมีรากฐานสำคัญมาจากการพัฒนาและเรียนรู้ในสิ่งต่าง ๆ ในการเปลี่ยนแปลงเป็นมนุษย์ให้มีคุณภาพ เพราะในองค์การจะต้องอาศัยบุคคลากรที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหมาะสมกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์การ (ชูชัย สมितिไกร,2550:7) นอกจากนี้บทบาทสำคัญในความเป็นองค์การต้องอาศัยบทบาทความเป็นผู้ประกอบการจะเป็นผู้ใช้อิทธิพลโน้มน้าว จูงใจ อำนาจ อิทธิพลในการปฏิสัมพันธ์ให้ผู้อื่นคล้อยตามและให้ความร่วมมือร่วมใจ ทำงานกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่เป้าหมายการทำงานนั้นสำเร็จลุล่วง และสามารถนำองค์การและสังคมเจริญก้าวหน้าสิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยศึกษาครั้งนี้ จึงทบทวนแนวคิดและทฤษฎีจากนักวิชาการหลายท่าน ด้านขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ที่ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์และกระบวนการจัดการด้านการตลาด (Porter,1985:96) และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการพัฒนาองค์การ (ฐิติพงศ์ ไชยองค์การ,2552:77-78) ในการนำไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวได้นั้น องค์การต้องได้รับการพัฒนา โดยมุ่งเน้น 3 ปัจจัย คือ ความเป็นผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากทฤษฎีดังกล่าวมาจำแนกเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการจัดการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ คือ 1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศอายุระดับการศึกษาตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงานในปัจจุบันและที่เคยมีมาก่อน 2) ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวได้แก่รูปแบบธุรกิจ จำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ รายได้สุทธิ สาขาจดทะเบียนธุรกิจ ประเภทธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนพนักงานประจำ 3) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ที่เป็นคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์การ ขึ้นอยู่กับบุคคลในองค์การ (พิภพ วังเงิน,2547:52) โดยผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านบุคลิกภาพได้แก่บุคลิกภาพแบบหัวนโหนว บุคลิกภาพแบบแสดงออกบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพแบบเห็นพ้อง บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ต่อไปคือ ด้านการจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติความรับผิดชอบ ความก้าวหน้านโยบายขององค์การ บริหารงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพการทำงาน ความมั่นคงในงาน เงินเดือนและสถานภาพ 4) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม ประกอบไปด้วยบุคคลและกลุ่มคนต่าง ๆ

ที่มีการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งย่อมมีผลกระทบต่องาน และกิจกรรมขององค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวดที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มทำงานให้องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (วิเชียร วิทยอุดม, 2554:151) โดยผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ได้แก่ การเอาชนะ การยอมตามการหลีกเลี่ยง การให้ความร่วมมือ และการประนีประนอม ต่อไปคือ ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ได้แก่ มีความชัดเจนของวัตถุประสงค์สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ความเห็นพ้องต้องกันมีการสื่อสารที่เปิดเผยบทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน และ 5) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการในครั้งนี้ คือ องค์กร ซึ่งเป็นหน่วยทางสังคมที่อยู่ภายใต้และมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ประกอบด้วยสมาชิกในองค์กรที่มีผลประโยชน์ร่วมกันในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าประสงค์นั้น (พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต, 2552:2-3) โดยผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ได้แก่ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้วิสัยทัศน์ร่วม การเปิดใจและการแบ่งปันความรู้ในองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม, วัฒนธรรมเน้นการปรับตัวเพื่อพัฒนา วัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน วัฒนธรรมเน้นโครงการสร้างและกฎระเบียบ ด้านนวัตกรรมองค์กร ได้แก่ การแลกเปลี่ยนทรัพย์สินเฉพาะพิเศษ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันการบูรณาการองค์ความรู้ การส่งเสริมแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกัน และความเข้มแข็งของเครือข่าย ด้านเครือข่ายขององค์กร ได้แก่ การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้ และด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต, ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและการแข่งขันปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และสนับสนุน ด้านบทบาทของภาครัฐบทบาทของโอกาส ซึ่งสามารถสรุปภาพของกรอบแนวคิดในการวิจัยที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้





ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ส่วนที่ 3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ตัวแปรที่ศึกษามาเทียบเคียงกับการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นการรับรู้ในเชิงพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Chapman and Soosay (2003:9). Innovation in logistics services and the new business model: A conceptual framework .	Journal of Physical Distribution & Logistics Management	ปัจจัยสำคัญของการสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกนั้นคือ การบริการ เนื่องจากการค้าในตลาดโลกเปลี่ยนแนวคิดจากมุ่งเน้นที่ผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว ไปเน้นความสำคัญที่ความต้องการของลูกค้า และการให้บริการ ฉะนั้นการบริการจึงเป็นการสร้างคุณค่าที่สามารถประเมินความสำเร็จของบริษัทในระดับสากลได้
Goleman(1998:41).What make a leader.	Harvard Business Review	การตระหนักในตนเองเป็นพื้นฐานของการควบคุมตนเอง และความตระหนักในสังคม ซึ่งจะเป็นรากฐานของทักษะทางสังคมที่จำเป็นสำหรับการจัดการความสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ
Goleman (2000:78-89) Leadership that gets results.	Harvard Business Review	การตระหนักในตนเอง เป็นความสามารถที่จะพิจารณาว่าจัดการกับอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง ทราบจุดเด่นจุดด้อยของตน ซึ่งมีความสำคัญต่อบุคคลช่วยให้มีความต้องการ และความมุ่งมั่นในการเข้าใจสาเหตุ และเมื่อเจอกับปัญหาอุปสรรคก็สามารถที่จะควบคุมสถานการณ์ไม่ให้ตนเองต้องจมลงไปกับสถานการณ์

ตารางที่ 1 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ
(ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Brake(1997:41) The Global Leader. Critical Factors for Creating The World Class Organization.	Professional Publishing, Chicago, IL.	ด้านผู้นำระดับสากล ได้ค้นพบปรากฏการณ์ของจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการนั้นควรมีข้อตกลงในการเปลี่ยนแปลงตนเองคือ ความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านความรู้ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ แรงขับ ความแข็งแกร่ง ความปรารถนาที่จะเรียนรู้กับสิ่งใหม่ และการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ให้เกิดในประสิทธิภาพของบุคคล
Spreitzer et al. (1997:42) The early identification of international executive potential.	Journal of Applied Psychology	ผลที่ได้ของพฤติกรรมนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์ของบุคคลส่วนในด้านตัวชี้วัดความสำเร็จความเป็นภาวะผู้นำระดับสากลอีกลักษณะหนึ่ง คือ ความสนใจใฝ่รู้
Srinivas(1995:26) Globalization of business and the third world: challenge of expanding the mindsets.	Journal of Management Development, Vol.14 No. 3	พบว่า ความสำเร็จของผู้นำระดับสากลควรมุ่งเน้นที่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เป็นอิทธิพลต่อการเรียนรู้ และความสนใจใฝ่รู้ยังสามารถเป็นแรงจูงใจในการป้องกันความเสี่ยงในด้านความคิดริเริ่มและความมุ่งมั่นของผู้นำระดับสากล
Mumford,et al,(2000:11), Leadership skills for a changing world: solving complex social problems	Leadership Quarterly, Vol. 11 No.1	พบว่าความสำเร็จของผู้นำในด้านแรงจูงใจสามารถขยายความ สามารถในผลการดำเนินงานและเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน

ตารางที่ 1 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ
(ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Shaw and Barrett (1998:1318), The effects of diversity on small work group processes & performance.	Human Relations, Vol. 51 No. 10	พฤติกรรมของคนซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการกลุ่มในผลของการปฏิบัติเกิดขึ้นจริงและยุติธรรมทั้งต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างในกลุ่มสมาชิกที่ปฏิบัติงาน
Goldsmith and Walt (1999:42), New competencies for tomorrow's global leader.	CMA Management	บทบาทความสำคัญของการตระหนักในตนเองได้รับการสนับสนุน คือ การเรียนรู้เพื่อเพิ่มความสามารถส่วนบุคคล
Iles (1995:44), Learning to work with difference,	Personnel Review, Vol. 24 No. 6.	พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถโดยส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืน คือ ขีดความสามารถในการรับรู้ มีอิทธิพลกับความสามารถในการรับรู้และการตีความข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน
Dodd (1987:3) An introduction to intercultural effectiveness skills. in Dodd, C.H. & Montalvo, F.F. (Eds), Intercultural Skills for Multicultural Societies.	SIETAR International, Washington, DC.	พบว่า ขีดความสามารถในการรับรู้ เป็นขีดความสามารถที่มีความจำเป็นสำหรับการพัฒนาความเข้าใจในด้านบุคคลที่มีแตกต่างกันทางวัฒนธรรม
Lloyd and Hartel(2010:845) Intercultural competencies for culturally diverse work teams.	Journal of Managerial Psychology, Vol. 25 No. 8	ขีดความสามารถการแข่งขันด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติของการรับรู้ ประกอบไปด้วย ความยืดหยุ่นในด้านการรับรู้ และการให้ความสำคัญกับเป้าหมาย

ตารางที่ 1 ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Barney (1991:105-106). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.	Journal of Management.17(1)	เสนอในงานวิจัยว่าคุณสมบัติของทรัพยากรจะต้อง 1) มีคุณค่าของทรัพยากร 2) ความหายากของทรัพยากร 3) ยากต่อการเลียนแบบ จึงทำให้องค์กรมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
Gudykunst and Kim (1997:275) Communicating with Strangers:	An Approach to Intercultural Communication, McGraw-Hill, New York, NY.	ขีดความสามารถด้านอารมณ์ส่งผลต่อความเข้าใจของคน ในรูปแบบของอารมณ์ และคุณค่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมองค์กร อันประกอบไปด้วย การยอมรับในความแตกต่าง ความอดทนกับความไม่แน่นอน และการเอาใจใส่กับวัฒนธรรม
Dess et al. (2007:94) Strategic Management Creating Competitive Advantage.	Boston: McGraw-Hill/Irwin.	พบว่าความยากที่จะทดแทน ความไม่มีทรัพยากรหรือความสามารถขององค์กรใดที่จะมาทดแทนได้ ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

1. การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล

ตารางที่ 2 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
<p>สรารุธ หนูนเงิน(2548:71-77) ขีดความสามารถจริงกับขีด ความสามารถที่พึงประสงค์ ของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ประเภท กิจการสถานประกอบการสปา</p>	<p>วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการทรัพยากร มนุษย์ คณะมนุษย ศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.</p>	<p>พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นเพศชายมีขีด ความสามารถสูงกว่าเพศหญิง 4 ด้านคือ ด้าน จรรยาบรรณในอาชีพ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า การจัดการธุรกิจ ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และผู้ประกอบการเพศหญิงมีขีด ความสามารถสูงกว่าเพศชาย 4 ด้าน คือ ทักษะการบริการ ความสามารถในการสร้าง เครือข่าย ความรู้ด้านการฝึกอบรมพนักงาน และความสามารถด้านการสื่อสาร</p>
<p>กรกช ฐิตวิกรานต์ โชนงนุช, (2551:36-37) พฤติกรรมการ ดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่.</p>	<p>วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการ บริหารพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.</p>	<p>พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีพฤติกรรม การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์และด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการ ส่งเสริมการขายอยู่ในระดับน้อย</p>
<p>C.Maple,et al (อ้างถึงในศรีสม พรอดศิริ, 2551:39). ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ บุคลากรในการนำระบบสาร บรรณอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ใน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.</p>	<p>วิทยานิพนธ์ สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การ พัฒนาบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราช ภัฏพระนคร.</p>	<p>พบว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของ คน จะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น</p>

ตารางที่ 2 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล(ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
<p>สรารุธ หนูนเงิน,(2548:72-77) ขีดความสามารถจริงกับขีด ความสามารถที่พึงประสงค์ ของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ประเภท กิจการสถานประกอบการสปา</p>	<p>วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการทรัพยากร มนุษย์ คณะมนุษย์ ศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.</p>	<p>พบว่า ผู้ประกอบการที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี มี ขีดความสามารถด้านการตลาด ความสามารถในการสร้างเครือข่าย และ ความสามารถด้านการสื่อสาร ช่วงอายุ31-40 ปี มีขีดความสามารถด้านการจัดการธุรกิจ ช่วงอายุ 41-50 ปี มีขีดความสามารถด้าน จรรยาบรรณในวิชาชีพ และด้านทักษะการ บริการ ส่วนช่วงอายุ 51-60 ปี มีขีด ความสามารถด้านความรู้การฝึกอบรม พนักงาน และด้านคอมพิวเตอร์</p>
<p>รัตติภรณ์ จงวิศาล.(2545:78- 80). ปัจจัยด้านเขาวนอารมณ์ บุคลิกภาพและภาวะผู้นำที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการ ทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา และผลการปฏิบัติงานของ หัวหน้างานระดับกลางใน องค์การธุรกิจ.</p>	<p>วารสารและ เอกสารทาง วิชาการคณะรัฐ ประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์ 1, 3 (กันยายน- ธันวาคม)</p>	<p>พบว่า จำเป็นต้องมีการให้ความสำคัญกับเรื่อง การพัฒนาบุคคลให้มีความพร้อมและมี ความสามารถที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง</p>
<p>พัชรศิริ ราชรักษ์.(2012:4). บุคลิกภาพที่ส่งผลต่อ คุณลักษณะของงานและความ ต้องการประสบความสำเร็จของ กลุ่มพนักงาน Gen Y: กรณีศึกษาผู้ปฏิบัติงานในสังกัด ภาครัฐและเอกชนในประเทศไทย.</p>	<p>WMS Journal of Management. มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์ 1, 1 (May- Aug).</p>	<p>พบว่า บุคลิกภาพแบบการแสดงออก เปิดรับ ประสบการณ์ แบบเห็นพ้อง และแบบมี จิตสำนึกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ คุณลักษณะของงาน และความต้องการ ประสบความสำเร็จ</p>

ตารางที่ 2 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล(ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Bono,et al,(2004:901). Personality and Transforma- tional and Transactional Leadership a Meta-Analysis.	Journal of applied psychology89, 5	พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดกว้างมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงพบว่าบุคลิกภาพ
จรรยา ตันติพงศ์อนันต์, (2549:85) บุคลิกภาพ ผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความ ชำนาญ และความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจของ ผู้ประกอบการ OTOP 4 -5 ดาว ประเภทอาหาร	วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา อุตสาหกรรมและ องค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรม ศาสตร์.	พบว่าบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความคิด สร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ สูงต้องมีความกล้าริเริ่มในสิ่งต่าง ๆ
Herzberg,et al.(1987:9) The Motivation to work.	New York: Wiley.	พบว่าทฤษฎีปัจจัย 2 ประการ กระตุ้นให้เกิด แรงจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ เป็นการสร้างความพึงพอใจให้บุคลากรใน องค์การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตผลสูงขึ้น
ปวีณา สีนรุption(2546:บทคัดย่อ) แรงจูงใจในการทำงานและ บุคลิกภาพการปรับตัวเพื่อสู่ ความเป็นเลิศของผู้ที่ใช้วิชาชีพ บัญชีในหน่วยงานราชการและ หน่วยงานเอกชน ในอำเภอเมือง ลำพูน	วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาจิตวิทยา อุตสาหกรรมและ องค์การ บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.	แรงจูงใจในการทำงานและบุคลิกภาพการ ปรับตัวเพื่อสู่ความเป็นเลิศของผู้ที่ใช้วิชาชีพ บัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกทั้งในหน่วยงาน ราชการและหน่วยงานเอกชน

ตารางที่ 2 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล(ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
สุภาภรณ์ แก่นจันทร์ (2553:67)“ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 51.”	วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด รองลงมาคือด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านความรับผิดชอบ
McClelland(1962:112) Business Drive and National Achievement	Harvard Business review.	พบว่าความต้องการของคนมีความแตกต่างกันและเป็นที่ต้องเรียนรู้มาจากวัฒนธรรม 3 ด้าน คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการด้านสังคม และความต้องการด้านอำนาจ เพื่อความสำเร็จส่วนตัว และปรารถนาทำสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสิ่งที่ทำมาในอดีต ซึ่งแรงผลักดันนี้ เรียกว่า ความต้องการบรรลุความสำเร็จ
Bandura(1986:399-400). Social foundation of though and action : A Social cognitive theory.	New Jersey: Pretice-Hall.	ได้ระบุตัวชี้วัดความสำเร็จในปัจจัยระดับบุคคลด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง มี 4 วิธี คือ ประสบความสำเร็จในการกระทำ การได้เห็นตัวแบบการพูดจาชักจูง และการกระตุ้นทางอารมณ์ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยด้านบวกในพฤติกรรมระดับปัจเจกบุคคล

ตารางที่ 2 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล(ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
ณัชชามน แสงสุข(2550: บทคัดย่อ) “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง บุคลิกภาพ พฤติกรรมการจัดการและความสำเร็จในอาชีพของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม.”	วิทยานิพนธ์. สาขาจิตวิทยา อุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.	พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมมีการรับรู้ความสามารถในตนเองมีพฤติกรรมการจัดการ และความสำเร็จในอาชีพอยู่ในระดับสูง
ภริดา พุ่มพงษ์(2550:ง) “การสร้างบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่าย เรื่อง การใช้สื่อการสอนทางไกลเพื่อการศึกษา สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.”	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ศึกษาด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถในตนเองกับผลการปฏิบัติงาน พบว่าการรับรู้ความสามารถในตนเอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานต่อสถาบันการศึกษา
Bandura(1977:84-85) Social Learning Theory. Englewood Cliffs	New Jerseys: Pretice -Hall Inc	ได้ศึกษาวิธีการวัดการรับรู้ความสามารถในตนเอง ได้จำแนกออกเป็น 3 มิติด้วยกัน คือ 1.ระดับหรือปริมาณความยาก2. ความเข้มหรือความมั่นใจ3) การแผ่ขยาย
วิลาสลักษณ์ ชวัลลสี(2538:97-100)“การรับรู้ความสามารถของตนในเรื่องอาชีพ: ตัวแปรที่น่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับอาชีพและการทำงาน.”	วารสารจิตวิทยา2: 97-109	พบว่า ผู้ที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถในระดับสูงจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีแนวโน้มที่จะกระทำในสิ่งที่ตนเชื่อเพิ่มขึ้นและสามารถสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่นได้ง่าย อันนำไปสู่การประสบความสำเร็จ โดยมีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดขึ้นมาจากความสามารถและทักษะของตนเอง

2. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม

ตารางที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Tjosvold (1991:2). The Conflict-Positive Organization : Stimulate Diversity and Create Unity.	Reading Mass: Addison-Wesley.	ระบุว่า ถ้าผู้บริหารจัดการความขัดแย้งอย่างเหมาะสม ยังสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรโดยผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเปิดเผยข้อมูล และสามารถแก้ปัญหาที่สำเร็จ จึงพบว่าความขัดแย้งเป็นสิ่งจำเป็นในการต่อการแสวงหาความคิดเห็นที่แตกต่างกัน
Wynn and Guditus, (1984:145) Team Management : Leadership by Consensus.	Columbus, Ohio : Charles E.Merrill.	ความขัดแย้งในกลุ่มช่วยให้วิธีการแก้ปัญหาที่มีคุณภาพสูงขึ้น ทั้งในด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความสามารถตัดสินใจได้ดีกว่ากลุ่มที่ปราศจากความขัดแย้ง
Thomas(1992:265-266). Conflict and Conflict Management : Reflections and update.	Journal of organizational behavior Vol 13.No.3	ได้พบแนวทางการแก้ไขความขัดแย้งระหว่างบุคคลอยู่ใน 2 มิตินี้ คือ มิติแห่งการยึดประโยชน์ส่วนตน และมิติแห่งการยึดประโยชน์ของผู้อื่นและร่วมมือร่วมใจ โดยมีวิธีแก้ไข 5 รูปแบบ 1) การเอาชนะ 2) การยอมตาม 3) การหลีกเลี่ยง 4) การให้ความร่วมมือ 5) การประนีประนอม
ปรีทัศน์ โชคไพบูลย์(2548:56). พฤติกรรมจัดการความขัดแย้ง การพัฒนาตนเอง ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของทีมงาน.	วิทยานิพนธ์สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	พบว่าพนักงานมีพฤติกรรมจัดการความขัดแย้งแบบร่วมมือ สัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของทีมงาน

ตารางที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
พันตำรวจโทดำรงศักดิ์ รัตนพวงค์(2553:227)การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการความขัดแย้งของผู้นำชุมชน.	ดุขฎินิพนธ์.สาขาบริหารศาสตร์. สำนักบริหารและพัฒนาวិชาการ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้	พบว่าผู้นำชุมชนส่วนใหญ่รับรู้บทบาทจากการจัดการความขัดแย้งเกี่ยวกับการทะเลาะวิวาทมากที่สุด จึงใช้รูปแบบประนีประนอม การเจรจาต่อรองให้บรรลุข้อตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่ายจนกว่าจะพึงพอใจ สามารถแก้ไขได้มากที่สุด
Parker(1990:1)การศึกษาประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบลในเขต อำเภอนอนไทย จังหวัดนครราชสีมา.	ดุขฎินิพนธ์.หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิตการวางและสาธารณูปโภค สาขาวิศวกรรมโยธา สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.	พบว่าคุณลักษณะของทีมงานที่มีประสิทธิภาพแนวใหม่ประกอบด้วย 12 ประการ คือ มีความชัดเจนของวัตถุประสงค์ มีบรรยากาศการทำงานที่ปราศจากพิธีรีตอง สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม และรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันการไม่เห็นด้วยในทางบวกความเห็นพ้องต้องกัน มีการสื่อสารที่เปิดเผย สมาชิกแสดงบทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน มีภาวะผู้นำร่วม มีความสัมพันธ์กับภายนอก มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลาย การประเมินผลตนเอง สิ่งเหล่านี้จะสามารถทำให้การทำงานของทีมประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี
พนิดา แต่งศรี(2546:5) ปัจจัยส่วนบุคคล จิตลักษณะ และความผูกพันต่อองค์การ ที่มีต่อประสิทธิผลทีมงาน.	วิทยานิพนธ์. สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง	พบว่าปัจจัยของประสิทธิผลของทีมงานคือ วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและเป้าหมายร่วมกันของทีม การกำหนดบทบาทที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารที่ดี การมีส่วนร่วมในการทำงาน และความไว้วางใจกัน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับองค์การ

ตารางที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Harold et al. (1981:8). An Empirical Assesment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness.	Administrative Science Quarterly , Vol.26,No.1	พบว่าการสร้างความสัมพันธ์ของการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการเคารพในการตัดสินใจระหว่างกัน
Michealet al. (1990:6) Why Change Programs Don't Produce Change.	Harvard Business Review.	พบว่าการประสานงานระหว่างกันมีความจำเป็นเป็นอย่างมากต่อการพัฒนานวัตกรรมและความสำเร็จในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งความร่วมมือเป็นรากฐานของการประสานงาน โดยที่การประสานงานอย่างเหมาะสมจะก่อให้เกิดเป็นการรวมตัวอย่างมีพลัง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ
สัมมนา สีมู๋(2553:บทคัดย่อ) การศึกษาประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของบุคลากรองค์กรบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา.	ดุชนิพนธ์.หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สาขาวิศวกรรมโยธา สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.	พบว่าประสิทธิผลของการทำงานเป็นทีม ในความคิดเห็นของบุคลากรส่วนใหญ่ว่า ด้านการตัดสินใจร่วมกัน มีประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมอยู่ในอันดับแรก ซึ่งผลในครั้งนี้สามารถนำมาวางแผนและปรับปรุงพัฒนาประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมในองค์กรให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

3. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Huber(1991:93) ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถนวัตกรรมองค์กร. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 22.	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์(6-7 ตุลาคม).	การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นศักยภาพที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ซึ่งการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมีการฝึกฝนหรือกำหนดสถานการณ์ขึ้นมาเพื่อช่วยให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น
พิชิต เทพวรรณ, (2005:61)องค์การแห่งการเรียนรู้:แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศสำหรับนวัตกรรม.	Naresuan University Journal 2005;13(3)	การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นของผู้บริหารที่จะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจซึ่งปัจจัยพื้นฐาน คือ ความรู้ ที่ต้องมีการเรียนรู้กันอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ
Grant(1996:109) Toward a knowledge-based theory of the firm.	Strategic Management Journal,17 (Winter Special Issue).	มุมมองพื้นฐานด้านความรู้ คือทรัพยากรแห่งการสร้างข้อได้เปรียบอย่างยั่งยืน
Spender(1996:45)Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm.	Strategic Management Journal,17.(Winter Special Issue)	องค์การการเรียนรู้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความสำเร็จของพนักงานในองค์กร
Lane and Lubatkin (1998:461) Relative absorptive capacity and interorganizational learning.	Strategic Management Journal, 19.	การสร้างและการถ่ายทอดความรู้คือสิ่งสำคัญสำหรับขับเคลื่อนการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ให้กับองค์กร บริษัทต้องสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
พัทธ์รณจ วัฒนสิทธิ์และพสุ เดชะรินทร์(2542:6) กลยุทธ์ การสร้างศักยภาพการแข่งขัน ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย เพื่อขานรับต่อการเปิดเสรี ธุรกิจบริการ.	ดุชนิพนธ์.สาขาการ จัดการธุรกิจ.บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน ดุสิต	พบว่าองค์การธุรกิจในปัจจุบัน พยายาม หาหนทางในการรวบรวมความรู้ของ พนักงานแต่ละคนให้กลายเป็นองค์ความรู้ และต้องพัฒนาให้กลายเป็นองค์การที่มี การเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่าง ต่อเนื่องในอนาคต
Hurley et al.(1998:42). Innovation Market Orientation & Organizational Learning: An Inegration & Empirical Examination	Journal of Marketing Vol.62, 3	การมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีบทบาท ความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพ ให้กับองค์กร ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้วิสัยทัศน์ร่วม การเปิดใจการแบ่งปันความรู้ในองค์กร
Grant(1996:109)Toward a knowledge-based theory of the firm.	Strategic Management Journal.17 (Winter Special Issue).	พบว่า การได้รับความรู้ และการฝึกฝน ความรู้ที่ตรงประเด็น คือ ความสามารถ อย่างหนึ่งขององค์กรที่จะเพิ่มข้อ ได้เปรียบในการแข่งขัน
Chanthimaet al.(2011:36) Strategic sustainable competitive advantage of Thai SMEs: roles of learning orientation and innovation capability.	European Journal Management. International Academy of Business and Economics. Vol. 11(1).	การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจที่ ยั่งยืน โดยจำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นต่อการเรียนรู้ วิสัยทัศน์ร่วม การเปิดใจ และการแบ่งปันความรู้

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Calantone et al. (2002:515) Learning orientation, firm innovation & firm performanceIndustrail.	Marketing management.	พบว่า องค์การร่วมสมัยจำเป็นต้องมีการมุ่งเน้นการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีผลกระทบไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ
Schein (1999,อ้างถึงในเกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย ,2552:91) อิทธิพลของพฤติกรรมผู้นำวัฒนธรรมการทำงานในองค์การและกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ.	ดุชนิพนธ์.สาขารัฐประศาสนศาสตร์.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.	วัฒนธรรมองค์การจะเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และวิธีปฏิบัติร่วมกันของแต่ละองค์การที่ทำให้องค์การเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
อภิญา แจ่มแจ้ง(2551:6) วัฒนธรรมองค์กรในองค์กรแห่งการเรียนรู้.	วิทยานิพนธ์.สาขาวิชาการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์.มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.	วัฒนธรรมองค์การ เป็นความเชื่อ ค่านิยม หรือวิถีปฏิบัติที่บุคคลส่วนใหญ่ในองค์กรยอมรับร่วมกัน และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกัน เพื่อนำไปสู่นโยบายหรือเป้าประสงค์ขององค์การ และหล่อหลอมพนักงานให้มีความมุ่งมั่นในการทำงานที่สามารถผลักดันให้เกิดผลิตภาพสูงสุดในการทำงาน
สุภัทราภรณ์ สุโข (2548:บทคัดย่อ) ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	วิทยานิพนธ์.บริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์การในการดำเนินกิจการที่จะช่วยวางแผนและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการพัฒนาและมีการเจริญเติบโต

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย (2552:91) อิทธิพลของพฤติกรรมผู้นำวัฒนธรรมการทำงานในองค์การและกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ.	ดุชนิพนธ์.สาขารัฐประศาสนศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.	พบว่าพฤติกรรมผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการทำงานในองค์การเน้นการปรับตัวของพนักงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจโดยที่พฤติกรรมผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานมากที่สุด
ร้อยตำรวจตรีหญิงวรรณวิมล พิสิฐศุภมิตร(2550:21) แบบของผู้นำที่มีสมรรถนะในระบบราชการพลเรือนไทย	ดุชนิพนธ์. รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	พบว่า ขีดความสามารถในด้านการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อแบบของผู้นำมีอิทธิพลในการสร้างวัฒนธรรมองค์การ
พิมพ์พร สงวนพงษ์ (2549:บทคัดย่อ)ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำวัฒนธรรมองค์การทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเฉพาะกรณีผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมรับช่วงการผลิตไทย	วิทยานิพนธ์.จิตวิทยาอุตสาหกรรม.กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.	พบว่าภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ มี มีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถร่วมกันพยากรณ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
McGregor (2007, อ้างถึงในเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน ,2554:1). ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล :ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน.	สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.	นวัตกรรมกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับองค์การเพราะองค์การที่ประสบความสำเร็จสูงในระดับโลก ต่างให้ความสำคัญในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในการสร้างนวัตกรรมขององค์การ

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Johne and Snelson,1990, (อ้างถึงในพิชิต เทพวรรณ. 2005:56) องค์การแห่งการเรียนรู้:แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศสำหรับนวัตกรรม.	Naresuan University Journal 13, 3	หัวใจแห่งความสำเร็จขององค์การในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้น เกิดจากการที่สมาชิกทุกคนในองค์การต้องมีความเข้าใจถึงกลยุทธ์และนโยบายการแข่งขันขององค์การอย่างชัดเจนโดยให้ความสำคัญในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มากกว่าหน่วยงาน
Solleiro and Castanon, (2005: 1059) Competitiveness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context.	Technovation,25.	พบว่าอุปสรรคของการพัฒนาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มาจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับมหภาคควรวិเคราะห์ถึงปัจจัยพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสำคัญยิ่ง
ร้อยตำรวจตรีหญิงวรรณพิสิฐศุภมิตร(2550:21) แบบของผู้นำที่มีสมรรถนะในระบบราชการพลเรือนไทย	ดุขุณีนิพนธ์.รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	พบว่าขีดความสามารถหลักมีอิทธิพลกับแบบของผู้นำที่มีต่อความคิดริเริ่มและนวัตกรรม
ศุภางค์ นันตา (2555:บทคัดย่อ) ผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย.	ดุขุณีนิพนธ์. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม.มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.	พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการบริหารงาน โดยเน้นให้องค์การมีการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมบริการเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจ ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Beaver and Prince(2002)Innovation, entrepreneurship and competitive advantage in the entrepreneurial venture.	Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 9, No.1	พบว่าส่วนผสมของความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมให้ได้กำไรและเกิดความยั่งยืนในธุรกิจได้นั้นต้องพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นความผูกพันและแรงจูงใจให้เกิดขึ้น เพื่อที่จะไปสนับสนุนให้กับนวัตกรรมองค์การ
Gnyawali and Madhavan(2001:431). Cooperative network and competitive dynamics : A structural embeddedness perspective.	Acadamy of Management ReviewVol26, No.3.	พบว่า ความแตกต่างของโครงสร้างที่ไม่เท่าเทียมกันขององค์การ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการแข่งขันระหว่างเครือข่ายขององค์การ และยังส่งผลให้การปรับตัวเข้ากับสถานการณ์การแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการพัฒนาพลวัตในการแข่งขัน
กัญญาภักดิ์ ยามาโมโต้(2551:4) การสร้างรูปแบบเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่.	วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว. สำนักงานบัณฑิตศึกษา. มหาวิทยาลัยแม่โจ้	พบว่า รูปแบบเครือข่ายระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและ OTOP ในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อจำกัดด้านเครือข่ายทั้งแบบที่เป็นทางการ และระดับกลุ่มเฉพาะ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน
Levinson and Asahi (1996:60) Cross-national Alliances and Inter-organizational Learning.	Organizational dynamics, 24.	พบว่าการพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันมีอิทธิพลต่อเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นผลให้เกิดการประยุกต์ความรู้ จนกลายเป็นขีดความสามารถหลักให้เกิดขึ้นในองค์การอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
นฤมล คงทน(2549:1) การพัฒนาการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน กรณีศึกษา คลัสเตอร์แปรรูปข้าว จังหวัดพิษณุโลก.	วิทยานิพนธ์. วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.	ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์แปรรูปข้าวจังหวัดพิษณุโลก คือ ขาดการเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ในการสร้างเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
Dyer and Singh(1998:660) The relational view : Cooperative strategy and sources of inter-organizational competitive advantage.	The Academy of Management ReviewVol.23,No.4.	พบว่า ยุทธวิธีที่ทำให้ทรัพยากรระหว่างองค์การมีความได้เปรียบทางแข่งขัน คือ 1) การเชื่อมโยงทรัพยากรเฉพาะพิเศษ 2) การแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์การ 3) ความสามารถด้านทรัพยากรระหว่างองค์การ และ 4) การกำกับดูแลองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ
Grewal and Tansuhaj, (2001:76), Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility.	Journal of Marketing, 65, 2	พบว่าแนวความคิดด้านการตลาดเป็นผลสะท้อนให้องค์การต้องหันมาเรียนรู้สภาพแวดล้อมขององค์การ เพราะสามารถช่วยในการปรับตัว และแก้ปัญหาเชิงรุก ในองค์การที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
ภีร์วัฒน์ นนทะโชติ (2555:104) แบบจำลองพลวัตการเป็นองค์การอัจฉริยะของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.	วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช ปีที่ 24 ฉบับที่ 2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.	พบว่าสามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ตามเงื่อนไขและความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไป อันนำไปสู่การวางแผนและการเลือกแนวทางการบริหารจัดการในองค์การให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทมากที่สุด

ตารางที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (ต่อ)

ผู้แต่ง-ชื่อเรื่อง	ที่มา	ข้อค้นพบจากงานวิจัย
Porter (1980:117-265) ความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทยและความทำ หายของประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน.	Nida BusinessJournal คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริ หารศาสตร์.	พบว่านโยบายหรือยุทธศาสตร์ต้องชัดเจน ในการขับเคลื่อนการยกระดับขีด ความสามารถในการแข่งขันใน4 ด้าน ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและการ แข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และสนับสนุน
อภิชาติ ศรีสวัสดิ์(2553:2) ภาวะผู้นำการท่องเที่ยวใน อุตสาหกรรมบริการแบบ เครือข่ายและยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจสีเขียวแนวอนุรักษ์	วิทยานิพนธ์ดุชนิพนธ์ สาขาวิชาภาวะผู้นำเชิง ยุทธศาสตร์ ความเป็น เลิศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต	พบว่าการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบ เครือข่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศ เป็นกรอบแนวคิดในเชิงยุทธศาสตร์สู่ อนาคต



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย” โดยศึกษาการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงระดับองค์การเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางปรับปรุงและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ซึ่งเป็นหนทางสู่ความสำเร็จ จากที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของปัญหาในบทที่ 1 นำไปสู่การทบทวนวรรณกรรมและการสร้างกรอบแนวคิดในบทที่ 2 เพื่อนำมาสร้างการออกแบบวิธีการวิจัยในบทที่ 3 นี้ นำไปสู่การได้คำตอบเชิงประจักษ์ในแต่ละวัตถุประสงค์ อันจะส่งผลให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ของสิ่งที่ศึกษา และความเป็นกลางในการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้อย่างเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรอิสระด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และด้านการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงระดับองค์การที่อิทธิพลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยอาศัยการทบทวนวรรณกรรมตามทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์ ทฤษฎีผู้ประกอบการ ทฤษฎีขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ เป็นระดับองค์การ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจในองค์การ ดังนั้น เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้สามารถได้มาซึ่งคำตอบเชิงประจักษ์ในแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถอธิบายเป็นขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การออกแบบการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative method research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (questionnaires) และเพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และเทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (policy meeting) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนเพื่อยืนยันกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งนำไปใช้สนับสนุนการยืนยันผลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปรวบรวมเป็น

ผลการวิจัย ในการนำมาซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งระยะการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

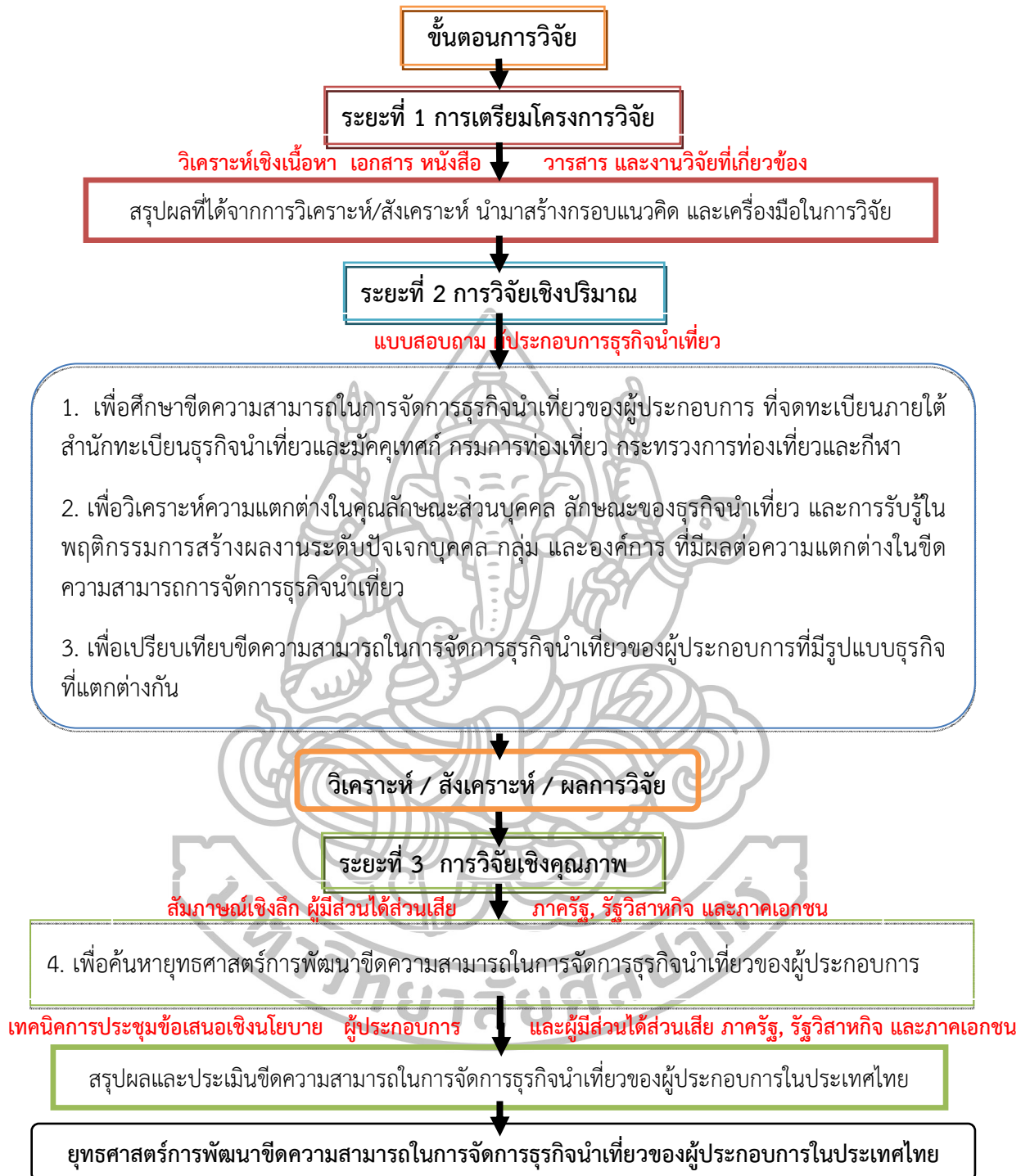
ระยะที่ 1 การเตรียมโครงการวิจัย ด้วยการศึกษาข้อมูลด้านขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ระยะที่ 2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ และวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์กร ที่มีผลให้เกิดขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อีกทั้งเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ระยะที่ 3 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปอย่างมีระบบตามระเบียบวิธีวิจัย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงขอแนะนำเสนอขั้นตอนการวิจัยตามภาพที่ 3 ไว้ดังนี้





ภาพที่ 3 ขั้นตอนการวิจัย

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ องค์กรที่ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 9,269 ราย จากทุกภูมิภาคในประเทศที่จดทะเบียนจากสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูลเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556) ผู้วิจัยได้จำแนกธุรกิจ เป็น 3 รูปแบบคือ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว สำหรับหน่วยการวิจัยคือ ระดับองค์กร ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 9,269 ราย (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) เนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดี และมีขนาดใหญ่พอ จึงกำหนดขนาดจำนวนตัวอย่าง (Sampling size) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic sampling) ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดขนาดตัวอย่างแปรผันตามขนาดของประชากร ในสัดส่วนที่มีขนาดประชากรมาก ขนาดจำนวนตัวอย่างจะมากตามไปด้วย ซึ่งทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปอย่างเป็นระบบ และทำให้ค่าที่ประมาณได้มีประสิทธิภาพอีกด้วย (รัตนะ บัวสนธ์, 2549:61) โดยใช้หลักการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (ถาณิชทร์ ศิลป์จารุ, 2551:45) ที่แสดงขนาดจำนวนตัวอย่างในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 384 ราย (ดูตารางที่ 1)

$$N = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{9,269}{[1 + 9,269 (0.05)^2]} = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

ตารางที่ 5 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและจำนวนตัวอย่างในแต่ละรูปแบบธุรกิจ ที่สุ่มมาศึกษา

ที่	รูปแบบธุรกิจ	ประชากร	จำนวนตัวอย่าง
1	ธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในนามบริษัทจำกัด	3,717	154
2	ธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในนามห้างหุ้นส่วน	629	26
3	ธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในนามเจ้าของคนเดียว	4,923	204
รวมทั้งสิ้น		9,269	384

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว, สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, “จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ,” ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจเดือนพฤศจิกายน, 2556.

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้จัดทำบัญชีรายชื่อประชากรตามเลขที่ใบอนุญาตประกอบนำเที่ยวทั้งสิ้น 9,269 ราย แต่เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวมีการจดทะเบียนในรูปแบบที่ต่างกัน จึงแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม และในแต่ละกลุ่มมีจำนวนประชากรไม่เท่ากัน ฉะนั้นในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในนามบริษัทจำกัด มี

จำนวน 3,717 ราย เรียงลำดับกำหนดช่วงชั้นของกลุ่ม คือ 154 ราย ธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในนามเจ้าของคนเดียว มีจำนวน 4,923 ราย เรียงลำดับกำหนดช่วงชั้นของกลุ่ม คือ 204 รายใน 2 กลุ่มดังกล่าวได้ประมาณ 24 ช่วงชั้น ผู้วิจัยจึงสุ่มหมายเลขโดยการจับฉลาก และนับห่างไป 24 ราย จนครบตามจำนวนตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม ส่วนธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในนามห้างหุ้นส่วนมีจำนวน 629 ราย เรียงลำดับกำหนดช่วงชั้นของกลุ่ม คือ 26 ราย ได้ 24 ช่วงชั้น แต่เพื่อความครอบคลุมของธุรกิจห้างหุ้นส่วน จึงเพิ่มเป็น 28 ราย โดยไม่มีการสุ่มหมายเลขจากการจับฉลาก ซึ่งรวมจำนวนทั้ง 3 กลุ่ม ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 386 ราย

ตัวแปรที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษายุทธศาสตร์ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย บนพื้นฐานของทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์ ทฤษฎีผู้ประกอบการ และทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน นำมาบูรณาการร่วมกันในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ จำนวนประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน ประสบการณ์การทำงานที่เคยมีมาก่อน จำนวนของประสบการณ์การทำงานที่เคยมีมาก่อน

2. ลักษณะธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ ทุนจดทะเบียนธุรกิจรายได้สุทธิ สาขาจดทะเบียนธุรกิจ ประเภทธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนพนักงานประจำ

3. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานจำแนกตัวแปร 3 ด้าน ดังนี้

3.1 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

3.1.1 ด้านบุคลิกภาพ ผู้วิจัยได้สร้างข้อความเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ด้านบุคลิกภาพจำนวน 5 ด้าน คือ 1) รู้สึกอึดอัดใจที่ต้องเก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อพบกับบุคคลอื่นที่มีลักษณะจู้จู้จุกจิก 2) ชอบที่จะติดต่อและสังสรรค์กับบุคคลภายนอกบริษัท เพราะทำให้ได้รู้จักคนมากขึ้น 3) มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานและข้อบกพร่องของตนเองอย่างสม่ำเสมอ 4) เป็นบุคคลที่ยอมรับ ในแนวคิดของผู้อื่น และ 5) มักจะคำนึงถึงกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่บริษัทกำหนด เพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานน้อยที่สุดโดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านบุคลิกภาพ ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 5 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.1.2 ด้านการจูงใจ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านการจูงใจจำนวน 12 ด้าน คือ 1) ความสำเร็จในงานเป็นแรงจูงใจให้ท่านต้องการปฏิบัติงานมากขึ้น 2) ได้รับการยอมรับ และความเชื่อถือจากบุคลากรภายในบริษัท 3) งานที่ท่านปฏิบัตินั้น เป็นงานที่ทำทลายความรู้ความสามารถ 4) มีความรับผิดชอบมากขึ้น อันสืบเนื่องมาจากความสามารถในการปฏิบัติงาน 5) มีโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในการขยายธุรกิจ 6) บริษัทของท่านมีการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้แก่บุคลากรอย่างชัดเจน 7) มอบหมายงานให้แก่บุคลากรอย่างเหมาะสมตามความรู้ความสามารถของบุคลากร 8) มีความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกับบุคลากรในบริษัท 9) สภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัทเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกคน 10) มี

ความมั่นคงในอาชีพ และสามารถเป็นที่พึ่งให้ผู้ร่วมงานทุกคน 11) ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ท่านได้รับมีความเหมาะสมกับภาระงานของบริษัท และ 12) อาชีพของท่านเป็นที่น่าภาคภูมิใจ และเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านการจูงใจ ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 12 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.1.3 ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง จำนวน 3 ด้าน คือ 1) หากบริษัทอยู่ในภาวะที่ยากลำบาก ท่านเชื่อว่าความสามารถของท่านจะทำให้บริษัทกลับกลายเป็นดีได้ 2) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ที่สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ท่านตั้งไว้ได้ และ 3) มีความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่ที่หลากหลายและมีความแตกต่างไม่ซ้ำกัน โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 3 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.2 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

3.2.1 ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ของผู้ประกอบการธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน 1) บุคลากรในบริษัทมักจะยึดถือความคิดของตนเองในการแก้ปัญหา 2) บุคลากรในบริษัทมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามความแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ 3) บุคลากรในบริษัทมักจะหลีกเลี่ยงด้วยการถอนตัวออกจากสถานการณ์ที่เป็นความขัดแย้ง 4) บุคลากรในบริษัทร่วมกันแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ ในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิดความคิดใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกัน และ 5) บุคลากรในบริษัทมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและยึดการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่เป็นหลักในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 5 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.2.2 ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม จำนวน 6 ด้าน คือ 1) บุคลากรในบริษัทกำหนดแนวทางและวัตถุประสงค์การทำงานที่ชัดเจนร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของบริษัท 2) งานที่ท่านปฏิบัตินั้นเป็นงานที่ให้โอกาสทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกลำดับขั้นตอน 3) บุคลากรในบริษัทมีการปรึกษาหารือ เพื่อกำหนดวิธีการปฏิบัติงานร่วมกัน 4) บุคลากรในบริษัทให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน 5) บุคลากรในบริษัทมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันอย่างเปิดเผย และ 6) บุคลากรในบริษัทได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างชัดเจน โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 6 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.3 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

3.3.1 ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ จำนวน 4 ด้าน คือ 1) บุคลากรในบริษัทมีพฤติกรรมการเรียนรู้วิทยาการใหม่ ๆ 2) บุคลากรร่วมกันสร้างวิสัยทัศน์ของบริษัท เพื่อไปสู่เป้าหมายเดียวกัน 3) บุคลากรในบริษัทมีความเข้าใจและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งเกิดจากการเปิดกว้างทางความคิด โดยไม่ยึดติดกับ

ความคิดของตนเอง และ 4) บุคลากรในบริษัทมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์การทำงาน ร่วมกันอยู่เสมอ โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ซึ่งวัดโดยผู้ให้ ข้อมูลเลือกตอบ 4 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.3.2 ด้านวัฒนธรรมองค์การ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้าน วัฒนธรรมองค์การของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 4 ด้าน คือ 1) บริษัทเปิดโอกาสให้ บุคลากรแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงาน 2) บุคลากรมีความกระตือรือร้น สนใจและแสวงหาความรู้ที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและงานที่ปฏิบัติอยู่ อย่างสม่ำเสมอ 3) บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานที่แข่งขันกันทำงาน เพื่อให้ได้รับผลสำเร็จภายใน บริษัท และ 4) บริษัทมีกฎระเบียบและข้อบังคับในการทำงาน ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัท โดย ทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านวัฒนธรรมองค์การ ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 4 คำตอบที่ ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.3.3 ด้านนวัตกรรมองค์การ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้าน นวัตกรรมองค์การ จำนวน 3 ด้าน คือ 1) บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอแนวคิดและวิธีการ เกี่ยวกับการพัฒนารายการนำเที่ยวและการบริการรูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของ ลูกค้า 2) บริษัทให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนแนวคิดในกระบวนการบริการลูกค้า เพื่อนำมา ประยุกต์และพัฒนาคุณภาพการบริการให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น และ 3) บริษัทให้ ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและร่วมกันปรับปรุงพัฒนา รายการนำเที่ยวและการบริการใหม่ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยทุกข้อความจะกำหนด ระดับคะแนนด้านนวัตกรรมองค์การซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 3 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง มากที่สุด

3.3.4 ด้านเครือข่ายองค์การ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้าน เครือข่ายองค์การ ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 5 ด้าน คือ 1) บริษัทมีความร่วมมือกับ บริษัทอื่น เพื่อสร้างนวัตกรรมการให้บริการจนกลายเป็นนวัตกรรมต้นแบบ โดยมีการแลกเปลี่ยนซึ่ง กันและกัน 2) บริษัทมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันภายในบริษัทนำเที่ยวด้วยกัน 3) บริษัทให้ ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของบริษัทเครือข่าย 4) บริษัทยังประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างร่วมกัน ระหว่างบริษัทเครือข่ายทั้งด้าน ทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน สถานที่ และ 5) บริษัทมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ และ พร้อมให้การสนับสนุนในเครือข่ายบริษัทนำเที่ยว โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้าน เครือข่ายองค์การ ซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 5 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.3.5 ด้านภาพแวดล้อมขององค์การ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านเครือข่ายองค์การ ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 5 ด้าน คือ 1) เมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่งในประเทศ บริษัทของท่านมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต 2) บริษัทของท่านมีจำนวน ลูกค้าเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา 3) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยช่วยส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนารายการนำเที่ยวและการบริการให้กับบริษัทของท่าน 4) โครงสร้างพื้นฐาน ของประเทศ ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนารายการนำเที่ยวและการบริการให้กับบริษัทของ ท่าน 5) บริษัทของท่านมีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ในภาคธุรกิจนำเที่ยว

และ 6) รัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุน และเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการพัฒนาการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านสภาพแวดล้อมขององค์การซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 6 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

โดยผู้วิจัยนำคำตอบทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูลมาคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย (weight mean score) ซึ่งวัดโดยให้ผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบในข้อความที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเกี่ยวกับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ในแต่ละข้อความมีคำตอบให้เลือกตอบว่า มีการรับรู้ในระดับมาก การรับรู้ระดับปานกลาง และมีการรับรู้ในระดับน้อย ด้วยการใช้เกณฑ์ 3 ระดับ (rating scale) คือ 5 4 3 2 1 ส่วนข้อความที่เป็นลบ กำหนดคะแนนเป็น 1 2 3 4 5 ตามลำดับ (Best,1977:174) ให้ผู้ข้อมูลเลือกตอบตามการวิเคราะห์ของตนเอง โดยมีการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับคะแนนการรับรู้ ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.67-5.00	ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในระดับมาก
2.34-3.67	ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในระดับปานกลาง
1.00-2.33	ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในระดับน้อย

3.4 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ มีคุณลักษณะ 3 ด้านดังนี้

3.4.1 ด้านผู้นำระดับสากล ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ด้านผู้นำระดับสากล จำนวน 3 ด้าน คือ 1) เปิดใจและยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่น เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตนเอง บุคลากร และงานที่ปฏิบัติในบริษัท 2) มีความมุ่งมั่นและกำหนดวิธีการพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ และ 3) ใฝ่รู้กับการสร้างสรรค์รายการนำเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านผู้นำระดับสากลซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 3 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.4.2 ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ จำนวน 3 ด้าน คือ 1) ความสามารถการรับรู้ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ 1.1) มีความรู้ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายในการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ 1.2) มีความรู้ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ 1.3) มุ่งมั่นตั้งใจในการร่วมปฏิบัติงานกับบริษัทต่างชาติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 1.4) มุ่งมั่นตั้งใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 2) ความสามารถด้านอารมณ์ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ 2.1) สามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติ 2.2) สามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ 2.3) สามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายของการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติอย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จ 2.4) สามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายในด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จ 2.5) ให้ความสนใจและเอาใจใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติ 2.6) ให้ความสนใจและเอาใจใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ 3) ความสามารถด้านพฤติกรรมในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ 3.1) สามารถติดต่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ระหว่างบริษัทภายในประเทศและ

บริษัทต่างชาติ 3.2) สามารถติดต่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างบริษัทของท่านและนักท่องเที่ยวนในแต่ละประเทศ 3.3) สามารถควบคุมอารมณ์ได้ แม้อยู่ในสถานการณ์ความขัดแย้งของการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ 3.4) สามารถควบคุมอารมณ์ได้ แม้อยู่ในสถานการณ์ความขัดแย้งทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ 3.5) สามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้งได้ท่ามกลางการปฏิบัติงานระหว่างบุคลากรในบริษัทและบุคลากรของบริษัทต่างชาติ 3.6) สามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้งได้ ทั้งในด้านการให้บริการระหว่างบุคลากรในบริษัทและนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ โดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 16 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

3.4.3 ด้านการจัดการฐานทรัพยากร ผู้วิจัยสร้างข้อความที่เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ด้านการจัดการฐานทรัพยากร จำนวน 12 ด้าน คือ 1) มีความสามารถในการพัฒนาบุคลากรในด้านการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ 2) มีความสามารถในการบริหารจัดการเงินทุน/เงินสดหมุนเวียน ในการประกอบกิจการให้บรรลุตามเป้าหมาย แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงในภาวะความยากลำบาก 3) มีความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีความทันสมัย 4) ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 5) ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ 6) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ 7) มีเทคนิคหรือกรรมวิธีการผลิตรายการนำเที่ยวและการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งยากต่อการลอกเลียนแบบ 8) รายการนำเที่ยวและการให้บริการมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง 9) มีการวางแผนการทำงานด้านต่างๆ อย่างเป็นสายลักษณะอักษรที่ชัดเจน 10) กระบวนการผลิตรายการนำเที่ยวและการให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานและได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ 11) มีการปรับเปลี่ยนแผนการทำงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ 12) มีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลการทำงานที่ชัดเจนโดยทุกข้อความจะกำหนดระดับคะแนนด้านการจัดการฐานทรัพยากรซึ่งวัดโดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ 12 คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

โดยผู้วิจัยนำคำตอบทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูลมาคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย (weight mean score) ซึ่งวัดโดยให้ผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบในข้อความที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเกี่ยวกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ในแต่ละข้อความมีคำตอบให้เลือกตอบว่า มีขีดความสามารถในระดับสูง มีขีดความสามารถในระดับปานกลาง และมีขีดความสามารถในระดับต่ำ ด้วยการใช้เกณฑ์ 3 ระดับ (rating scale) คือ 5 4 3 2 1 ส่วนข้อความที่เป็นลบ กำหนดคะแนนเป็น 1 2 3 4 5 ตามลำดับ (Best, 1977:174) ให้ผู้ข้อมูลเลือกตอบตามการวิเคราะห์ของตนเอง โดยมีการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย เพื่อเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับขีดความสามารถ ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.67-5.00	ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูง
2.34-3.67	ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับปานกลาง
1.00-2.33	ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีทั้งข้อคำถามที่ต้องการคำตอบ และมาตราวัดระดับคะแนนชี้วัดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ตามระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงองค์การที่มีลักษณะคำถามปลายปิด และปลายเปิด ที่ครอบคลุมตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เป็นตัวชี้วัดจำนวนทั้งสิ้น 95 ข้อ โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาสาระ และความสอดคล้องจากกรอบทฤษฎีทฤษฎีการตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้กำหนดขึ้น เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะบุคคลของผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน ประสบการณ์การที่เคยมีมาก่อน ด้วยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 2 ลักษณะธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบองค์การทุนจดทะเบียนธุรกิจ รายได้สุทธิ สาขาที่จดทะเบียนใบอนุญาตฯ ประเภทธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนพนักงานประจำด้วยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ จำนวน 53 ข้อ โดยแบ่งเป็น 1) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล จำนวน 20 ข้อ คือ ด้านบุคลิกภาพ, ด้านการตั้งใจ และด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง 2) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และด้านประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม 3) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ จำนวน 22 ข้อ ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านนวัตกรรมองค์การ ด้านเครือข่ายองค์การ และด้านสภาพแวดล้อมองค์การ ด้วยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ

ตอนที่ 4 ชี้วัดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ จำนวน 31 ข้อ ประกอบด้วย ด้านผู้นำระดับสากล ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และด้านการจัดการฐานทรัพยากร ด้วยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ จำนวน 2 ข้อ ด้วยลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างชุดของแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ในการสร้างข้อคำถามที่อ้างอิงตามตัวชี้วัดด้านขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาเพื่อหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ที่ใช้ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบ (factor analysis) เป็นเครื่องมือตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย, 2550:70) โดยวิธีการสร้างตารางกำหนด (table of specification) อันเป็นเทคนิคหนึ่งของการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (เสกสรรค์ นิสัยกล้า, 2550:141) เพื่อกำหนดถึง

เนื้อหาที่เป็นตัวแทนของตัวแปรที่ศึกษาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งครอบคลุมวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-ข้อที่ 3 ถูกกำหนดในรายละเอียดของตอนที่ 1-4 ของชุดแบบสอบถาม

2. ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทดสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้วิจัยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (IOC) เป็นการพิจารณาข้อความแต่ละข้อความในเครื่องมือวัด โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 5 ท่านพิจารณาความคิดเห็นและให้คะแนนสำหรับข้อคำถามแต่ละข้อ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543:117) ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา ถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้อง(พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2544:272 -273) กับข้อคำถามอื่นจะถูกตัดออก เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีคุณภาพ ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัยครั้งนี้ คือ 0.60-1.00(ตารางที่ 33 ภาคผนวกที่ ค.)

3. ขั้นตอนลองใช้แบบสอบถาม (try out) หลังจากที่ได้ข้อความหรือข้อคำถามทั้งหมดที่ประกอบกันขึ้นเป็นมาตรวัดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสอบถามไปยังผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อนำข้อบกพร่องในการสื่อความหมายด้านภาษามาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงหลังจากการทดลองใช้แล้ว สอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 384 ราย

4. การตรวจสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำไปทดลองใช้แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's alpha coefficient 1978) โดยกำหนดค่ามาตรวัดที่มีความเชื่อถือจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.80 (ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์, 2535:89) ในค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด ซึ่งอยู่ในระดับมาตรฐาน โดยผลการทดสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.97 ถือได้ว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับสูงสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับจำนวนตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์ จำนวน 386 ชุด ส่งไปยังผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในระหว่างเดือนมกราคม-เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยแนบพร้อมทั้งแบบสอบถามส่งไปยังผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการไปยังหน่วยงาน โดยผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ให้ข้อมูลแบบไม่เป็นทางการ เพื่อขออนุญาตชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ และข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ โดยขอแนะนำผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

2. ดำเนินการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูล โดยใช้ช่องทางส่งข้อมูลทางไปรษณีย์จำนวน 386 ชุด โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม และประสานขอความร่วมมือให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งกลับคืนมายังผู้วิจัย

3. ตรวจสอบถูกต้องและสมบูรณ์ในเนื้อหาของแบบสอบถามแต่ละชุด ซึ่งมีจำนวน 371 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.11 ของจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยได้แสดงรายละเอียดต่อรายการตอบกลับแต่ละรูปแบบขององค์การ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของการตอบกลับทางไปรษณีย์ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	จำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับ	ร้อยละของการตอบกลับ
1. บริษัทจำกัด (n=154)	154	100
2. ห้างหุ้นส่วน (n=28)	26	92.86
3. เจ้าของคนเดียว (n=204)	191	93.63
รวมการตอบกลับทั้งสิ้น (N=386)	371	96.11

การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์จากแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มากำหนดรหัส จัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

ตอนที่ 1 และ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะบุคคลของผู้ประกอบการ และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว โดยมีวิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อให้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบการบรรยายหาค่าตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1

ตอนที่ 3 และ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างเกี่ยวกับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงองค์การ และขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกไว้ 3 รูปแบบธุรกิจ คือ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว โดยใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยด้านขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ได้แก่ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ให้ข้อมูล (t-test) เพื่อให้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบการบรรยายหาค่าตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 และ 3

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี โดยมีวิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลและแจกแจงความถี่ เพื่อให้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบการบรรยายเพิ่มเติม ทั้งเป็นการสนับสนุน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการดำเนินการต่อจากการวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 4 ในการค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก และเทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย แล้วนำผลนั้นมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัย ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก

โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนนี้ ไว้ดังนี้

หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (categorized)

การวิจัยเชิงคุณภาพขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้เทคนิคระบุเกณฑ์การคัดเลือก จำนวนทั้งสิ้น 23 ราย ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 8 คน เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยที่จดทะเบียนอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ครอบคลุม 4 ประเภท คือ จัดนำเที่ยวต่างประเทศ จัดนำเที่ยวภายในประเทศ จัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวในประเทศ และจัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่โดยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่บริษัทจำกัด จำนวน 3 คน ห้างหุ้นส่วน จำนวน 2 คน และเจ้าของคนเดียว จำนวน 3 คน

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม และพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนจำนวน 7 คน ได้แก่ ภาครัฐบาล จำนวน 2 คน ภาคเอกชน จำนวน 3 คน และภาครัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน

3. กลุ่มนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน ได้แก่ คณะกรรมการสมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 4 คน คณะกรรมการโครงการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมีคฤเทศก์ประจำปี พ.ศ. 2556 จำนวน 2 คน, คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน และคณะกรรมการฝ่ายวิชาการ สมาคมมัคเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi structure interview questionnaires) ที่สร้างขึ้นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้กับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 23 ราย ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ เพื่อตอบคำถามของการวิจัย ซึ่งประเด็นในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ ไว้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนที่ 2 ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก มีรายละเอียดดังนี้

1. ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่ดำเนินการในประเทศไทย
2. ปัญหาและอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่ดำเนินการในประเทศไทย

3. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ทั้งในปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ

4. รูปแบบธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้กับผู้ประกอบการ

5. การพัฒนายุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่ดำเนินการในประเทศไทย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความถูกต้องในการเก็บรวบรวมของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเชื่อมั่นของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (triangulation) คือ การนำไปตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบุคคลที่ต่างกัน เพื่อความสอดคล้อง ความขัดแย้งกันของข้อมูล และเพิ่มเติมส่วนที่ขาดหายไปจนกระทั่งข้อมูลที่ได้นั้นเกิดการอึดตัว คือ ไม่มีข้อมูลที่ต่างไปจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้นั้น (นรินทร์ สังข์รักษา, 2556:261) พร้อมทั้งยังเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูลอีกด้วย (ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล, 2555:296) รวมทั้งบันทึกบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูล ร่วมกับการบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการแปลความหมายที่สอดคล้องกับความเป็นจริงที่ผู้ให้ข้อมูลตอบคำถามตามแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 23 ชุด ในระหว่างเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 โดยขอหนังสือราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อแจ้งหัวข้อการสัมภาษณ์ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนที่จะเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และนักวิชาการด้านธุรกิจนำเที่ยว และกำหนดกรอบในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกท่านด้วยตนเอง พร้อมทั้งจดบันทึก ใช้เทปบันทึกเสียง ซึ่งได้รับการอนุญาตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด แล้ววิเคราะห์เนื้อหา และจัดระเบียบข้อมูลให้อยู่ในประเภทเดียวกัน หรือการจำแนกกลุ่มโดยตัดทอนข้อความที่ซ้ำซ้อน และส่วนที่อยู่นอกเหนือจากการรอบการวิจัยออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้ถ้อยคำให้ครอบคลุมข้อความทั้งหมด และรักษาความหมายเดิมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ให้มากที่สุดเพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย

เพื่อเป็นการตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่ดำเนินการในประเทศไทย จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่มมาร่วมนิพากษ์ผลงานวิจัยได้จากการแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกของขั้นตอนที่ได้กล่าวมา โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนนี้ ไว้ดังนี้

การกำหนดและเตรียมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาท หน้าที่เกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย หรือแผนด้านธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการ และนักวิชาการทางด้านการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยผู้วิจัยคัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบบอิงเกณฑ์ หรือแบบอิงทฤษฎีเป็นฐาน (criterion or theoretical-based sampling) โดยอาศัยความสมเหตุสมผลตามแนวคิดและหลักการทางวิชาการ ร่วมกับประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ (องอาจ นัยวัฒน์, 2551:110) ที่เกี่ยวข้อง กับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนนี้ คือ การประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของผลการวิจัยครั้งนี้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านธุรกิจนำเที่ยว

ขั้นตอนการจัดประชุมและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยติดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นการส่วนตัว เพื่ออธิบายถึงขอบข่ายหัวข้อของการประชุม วัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย ขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัย และวัน/เวลา/สถานที่ รวมทั้งย้ำถึงความจำเป็นและความสำคัญของการมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ทำหนังสือเชิญจากบัณฑิตวิทยาลัย ของมหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อขอความร่วมมือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย
3. ติดต่อขอใช้สถานที่จัดประชุมและจัดเตรียมขั้นตอนในการดำเนินการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย
4. จัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกันวิพากษ์ผลงานวิจัย และเสนอแนะข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง พร้อมทั้งจัดบันทึก ใช้เทปบันทึกเสียง ซึ่งได้รับการอนุญาตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้ว
5. สรุปรวบรวมข้อเสนอต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทยจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดทำรายงานผลการวิจัยให้กับองค์การที่เกี่ยวข้องต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด แล้ววิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสรุปผลการวิจัย และได้ข้อเสนอแนะด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูล ให้สอดคล้องกับการใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ในเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการนำเสนอตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 และ 3 โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นลำดับดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับคุณลักษณะบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ รายได้สุทธิ ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ สาขาที่จดทะเบียน ประเภทธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนพนักงานประจำ

ส่วนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ

ส่วนที่ 4 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 5 ข้อมูลและทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 6 ข้อมูลและทดสอบสมมุติฐานการวิจัยการเปรียบเทียบว่าผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในรูปแบบตาราง ข้อมูลประกอบและความเรียงเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจ นำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

1. เพศ ผลการวิจัยในตารางที่ 7 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 63.34 เป็นเพศชาย ส่วนอีกร้อยละ 36.66 เป็นเพศหญิงแต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามเพศของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
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
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

2. อายุ ผลการวิจัยในตารางที่ 8 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 52.30 อยู่ในช่วงอายุเท่ากับและน้อยกว่า 37 ปี ในขณะที่ร้อยละ 47.70 อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 37 ปี สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุมากที่สุดคือ 67 ปี และน้อยที่สุดคือ 22 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยที่ 37 ปี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มที่มีอายุเท่ากับและน้อยกว่า 37 ปี คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุน้อย และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 37 ปี คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัด (ค่าเฉลี่ย= 37.71) และห้างหุ้นส่วน (ค่าเฉลี่ย= 43.38) อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 37 ปี ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบเจ้าของคนเดียว (ค่าเฉลี่ย= 36.13) ที่กลุ่มใหญ่อยู่ในช่วงอายุเท่ากับและน้อยกว่า 37 ปี

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอายุของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อายุน้อย	75	48.70	9	34.62	110	57.59	194	52.30
อายุมาก	79	51.30	17	65.38	81	42.41	177	47.70
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอายุของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ อายุ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย		37.71		43.38		36.13		37.29
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		8.09		11.31		9.63		9.31
อายุต่ำที่สุด		22		24		22		22
อายุสูงที่สุด		62		67		65		67

3. ระดับการศึกษา ผลการวิจัยในตารางที่ 9 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 72.23 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 14.82 สูงกว่าระดับปริญญาตรี ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 51.32 สำเร็จการศึกษาในคณะอุตสาหกรรมการทอเย็บและการบริการ ประกอบด้วย สาขาวิชาการทอเย็บ การทอเย็บและการโรงแรม การโรงแรม และการจัดการบริการส่วนใหญ่ รองลงมาร้อยละ 33.77 คือ คณะบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาการตลาด บริหารธุรกิจ การจัดการ คอมพิวเตอร์ ธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการ การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และธุรกิจการบิน รองลงมาร้อยละ 10.93 คือ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาภาษาต่างประเทศ การพัฒนาชุมชนโบราณคดี สื่อสารมวลชน และรัฐประศาสนศาสตร์ รองลงมาร้อยละ 1.99 คือ คณะวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย สาขาสิ่งแวดล้อม และวิทยาศาสตร์ รองลงมาร้อยละ 1.66 คือ วิศวกรรมศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาวิศวกรรม และไฟฟ้ากำลัง ลำดับสุดท้ายร้อยละ 0.33 คือ คณะศึกษาศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบห้างหุ้นส่วนร้อยละ 47.83 และเจ้าของคนเดียวร้อยละ 64.86 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเช่นเดียวกัน ในคณะอุตสาหกรรมการทอเย็บและบริการ ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัดกลุ่มใหญ่ร้อยละ 44.28 สำเร็จการศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาและคณะที่สำเร็จการศึกษาของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ระดับการศึกษา	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	14	9.10	6	23.08	28	14.66	48	12.94
ระดับปริญญาตรี	106	68.83	16	61.54	146	76.44	268	72.23
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	34	22.08	4	15.38	17	8.90	55	14.82
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาและคณะที่สำเร็จการศึกษาของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ระดับการศึกษา	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คณะที่สำเร็จการศึกษา								
*ไม่ได้ระบุคณะ	23	14.93	3	11.54	43	22.51	69	18.60
*ระบุคณะ	131	85.07	23	88.46	148	77.49	302	81.40
คณะอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวและบริการ	48	36.64	11	47.83	96	64.86	155	51.32
คณะบริหารธุรกิจ	58	44.28	7	30.43	37	25	102	33.77
คณะศึกษาศาสตร์	-	-	-	-	1	0.68	1	0.33
คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	19	14.50	4	17.39	10	6.76	33	10.93
คณะวิทยาศาสตร์และ สิ่งแวดล้อม	3	2.29	1	4.35	2	1.35	6	1.99
คณะวิศวกรรม	3	2.29	-	-	2	1.35	5	1.66
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

4. ตำแหน่งหน้าที่ ผลการวิจัยในตารางที่ 10 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 40.16 มีตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง รองลงมาร้อยละ 33.42 เป็นผู้บริหารระดับกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงประกอบด้วย ประธานบริหารรองประธานบริหาร กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป ส่วนตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง ประกอบด้วย ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และผู้จัดการสาขา แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัด ร้อยละ 72.73 และห้างหุ้นส่วนร้อยละ 69.23 มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง และเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 รูปแบบธุรกิจนี้ไม่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการเลย ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบเจ้าของคนเดียวที่มากกว่าครึ่งร้อยละ 51.31 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n = 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหารระดับสูง	112	72.73	18	69.23	19	9.95	149	40.16
ผู้บริหารระดับกลาง	42	27.27	8	30.77	74	38.74	124	33.42
เจ้าของกิจการ	-	-	-	-	98	51.31	98	26.42
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

5. ประสิทธิภาพการทำงาน ผลการวิจัยในตารางที่ 11 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 61.72 มีประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันเท่ากับและน้อยกว่า 7 ปี ในขณะที่ร้อยละ 38.28 มีประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันมากกว่า 7 ปี ผู้ให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันนานที่สุดคือ 40 ปี และน้อยที่สุดคือ 1 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7 ปี นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 50.94 ไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจนำเที่ยวมาก่อน ส่วนที่เหลือร้อยละ 49.06 เคยมีประสบการณ์ด้านนี้มาก่อนจัดตั้งองค์การ ซึ่งมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่า เคยมีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนมีจำนวน 182 รายพบว่า มากกว่าครึ่งร้อยละ 59.89 เคยมีประสบการณ์น้อยกว่า 7 ปี ส่วนที่เหลือร้อยละ 40.11 เคยมีประสบการณ์มากกว่า 7 ปี ผู้ให้ข้อมูลเคยมีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวนานที่สุด 31 ปี และน้อยที่สุด 1 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7 ปี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มที่มีประสิทธิภาพการทำงานเท่ากับและน้อยกว่า 7 ปี คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพการทำงานน้อย ส่วนกลุ่มที่มีประสิทธิภาพการทำงานมากกว่า 7 ปีคือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพการทำงานมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่าผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัด และเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และเคยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวนานน้อยกว่า 7 ปี ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบห้างหุ้นส่วนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และเคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจนำเที่ยวมากกว่า 7 ปี

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามจำนวนประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์น้อย	84	54.55	9	34.62	136	71.20	229	61.72
ประสบการณ์มาก	70	45.45	17	65.38	55	28.80	142	38.28
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100
จำนวนปีเฉลี่ย		7.80		11.62		6.25		7.27
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		5.86		8.14		5.42		5.98
จำนวนปีต่ำที่สุด		1		1		1		1
จำนวนปีสูงที่สุด		30		31		40		40
การมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ								
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
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามจำนวนประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ประสบการณ์ทำงาน	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนการมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ(n = 182)								
ประสบการณ์น้อย	48	59.26	5	27.78	56	67.47	109	59.89
ประสบการณ์มาก	33	40.74	13	72.22	27	32.53	73	40.11
รวม	81	100	18	100	83	100	182	100
จำนวนปีเฉลี่ย		7.02		10.95		6.24		7.12
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		5.39		7.46		5.05		5.41
จำนวนปีต่ำที่สุด		1		1		1		1
จำนวนปีสูงที่สุด		31		31		26		31

อนึ่ง ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถกล่าวได้ว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวกลุ่มใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในวัยกลางคน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยมีตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสอดคล้องกับคณะที่สำเร็จการศึกษามา แต่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งปัจจุบันต่ำกว่า 7 ปี อีกทั้งยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ

ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยวรายละเอียดดังนี้

1. จำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ ผลการวิจัยในตารางที่ 12 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 0.27 ที่ไม่ได้ระบุนทุนจดทะเบียนธุรกิจ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดร้อยละ 99.73 ระบุนทุนจดทะเบียนธุรกิจ ในจำนวนผู้ให้ข้อมูลที่ระบุนทุนจดทะเบียนธุรกิจนั้นมากกว่าครึ่งร้อยละ 86.22 มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ 5 ล้านบาทและต่ำกว่า ส่วนอีกร้อยละ 13.78 มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ 5.01 ล้านบาทขึ้นไป แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ 5 ล้านบาทและต่ำกว่า มากกว่าผู้ให้ข้อมูลที่มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ 5.01 ล้านบาทขึ้นไปเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามทุนจดทะเบียนธุรกิจของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจทุน จดทะเบียนธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n = 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
* ไม่ได้ระบุทุนจดทะเบียนธุรกิจ	1	0.65	-	-	-	-	1	0.27
* ระบุทุนจดทะเบียนธุรกิจ	153	99.35	26	100	191	100	370	99.73
5 ล้านบาทและต่ำกว่า	109	71.20	25	96.15	185	96.86	319	86.22
5.01 ล้านบาทขึ้นไป	44	28.80	1	3.85	6	3.14	51	13.78
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

2. รายได้สุทธิ ผลการวิจัยในตารางที่ 13 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 26.15 ที่ไม่ได้ระบุรายได้สุทธิ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 99.73 ได้ระบุมีรายได้สุทธิ ในจำนวนผู้ให้ข้อมูลที่ระบุรายได้สุทธินั้นเกือบทั้งหมดร้อยละ 91.64 มีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่า ส่วนอีกร้อยละ 8.36 มีรายได้สุทธิตั้งแต่ 1 ล้านบาท และในช่วงปีที่ผ่านมา มีรายได้สุทธิเฉลี่ยอยู่ที่ 1,319,124 บาท ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิตั้งแต่ 1 ล้านบาท และในขณะปีที่ผ่านมา มีรายได้สุทธิเฉลี่ยอยู่ที่ 1,319,124 บาท และน้อยที่สุดคือ 100,000 บาท แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่ามากกว่าผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิตั้งแต่ 1 ล้านบาทเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรายได้ของผู้ประกอบการและรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ รายได้สุทธิ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n = 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
* 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
1 ล้านบาทและต่ำกว่า	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
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100
ค่าเฉลี่ย	2,261,561		893,810		496,138		1,319,124.06	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	13,735,642		2,110,946		977,750		9,264,335.61	
รายได้สุทธิต่ำที่สุด	100,000		150,000		100,000		100,000	
รายได้สุทธิตั้งแต่สูงสุด	152,371,992		10,000,000		10,000,000		152,371,992	

3. สาขาจดทะเบียนธุรกิจ หมายถึง สาขาของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเข้าและมักค์เทศก์ ที่ผู้ประกอบการจดทะเบียนมีสำนักงานตามสาขาในจังหวัดต่างๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งหน่วยงานรับผิดชอบไว้ 5 สาขา คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้เขต 1 ภาคใต้เขต 2 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งจากผลการวิจัยในตารางที่ 14 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 56.33 จดทะเบียนอยู่ในสาขาภาคกลาง อาจเนื่องมาจากสำนักงานฯ สาขาภาคกลางมีเขตความรับผิดชอบมากที่สุดถึง 28 จังหวัดคือ กรุงเทพมหานครปทุมธานีพระนครศรีอยุธยาสระบุรีสิงห์บุรีสุพรรณบุรีอ่างทองชลบุรีอุทัยธานี ลพบุรีนครสวรรค์นครนายกสมุทรปราการตราดปราจีนบุรีสระแก้วฉะเชิงเทราจันทบุรีระยอง และชัยนาทรองลงมาร้อยละ 20.22 คือ สาขาภาคเหนือ มีเขตความรับผิดชอบ 15 จังหวัดได้แก่ เชียงใหม่ลำปางลำพูนเชียงรายอุตรดิตถ์แพร่่านพะเยาแม่ฮ่องสอนกำแพงเพชรตากสุโขทัยพิษณุโลก พิจิตร และเพชรบูรณ์ รองลงมาร้อยละ 18.60 คือ สาขาภาคใต้ ได้แก่ เขต 1 มีความรับผิดชอบ 8 จังหวัดคือ สงขลายะลา นราธิวาสปัตตานีสตูลนครศรีธรรมราชพัทลุง ตรัง และเขต 2 มีความรับผิดชอบ 6 จังหวัดคือ ภูเก็ตกระบี่พังงา สุราษฎร์ธานีระนอง และชุมพรลำดับสุดท้ายมีเพียงร้อยละ 4.85 คือ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีเขตความรับผิดชอบ 19 จังหวัดได้แก่ นครราชสีมาบุรีรัมย์ สุรินทร์ศรีสะเกษอุบลราชธานียโสธรชัยภูมิขอนแก่นอุดรธานีหนองคายมหาสารคามร้อยเอ็ด เลย กาฬสินธุ์สกลนครนครพนมมุกดาหารอำนาจเจริญ และหนองบัวลำพู แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีธุรกิจนำเข้าเที่ยวอยู่ในสาขาภาคกลางเช่นเดียวกัน และเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบห้างหุ้นส่วนไม่มีการจดทะเบียนธุรกิจนำเข้าเที่ยวอยู่ในสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลย

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามสาขาจดทะเบียนธุรกิจของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สาขาจดทะเบียนธุรกิจ								
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5	3.25	-	-	13	6.81	18	4.85
ภาคเหนือ	22	14.28	8	30.77	45	23.56	75	20.22
ภาคใต้	18	11.69	7	26.92	44	23.04	69	18.60
ภาคกลาง	109	70.78	11	42.31	89	46.59	209	56.33
รวม	154	100	26	100	191	100	371	100

4. ประเภทธุรกิจนำเข้าเที่ยว ผลการวิจัยในตารางที่ 15 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่จดทะเบียนประเภทธุรกิจนำเข้าเที่ยวร้อยละ 36.39 เป็นการจดนำเข้าเที่ยวไปต่างประเทศ รองลงมาร้อยละ 28.84 เป็นการจดนำเข้าเที่ยวเข้ามาในประเทศแต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัดมากกว่าครึ่งร้อยละ 54.55 เป็นการจดนำเข้าเที่ยวไปต่างประเทศ ส่วนในรูปแบบห้างหุ้นส่วนร้อยละ 34.61 เป็นการจดนำเข้าเที่ยวเข้ามาในประเทศ ในขณะที่รูปแบบเจ้าของคนเดียวร้อยละ 31.94

เป็นการจัดนำเที่ยวในประเทศซึ่งเป็นการจดทะเบียนประเภทธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันทุกรูปแบบธุรกิจ

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามประเภทธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ประเภทธุรกิจนำ เที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n = 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นำเที่ยวต่างประเทศ	84	54.55	6	23.08	45	23.56	135	36.39
นำเที่ยวเข้าประเทศ	45	29.22	9	34.61	53	27.75	107	28.84
นำเที่ยวในประเทศ	17	11.04	3	11.54	61	31.94	81	21.83
นำเที่ยวเฉพาะพื้นที่	8	5.19	8	30.77	32	16.75	48	12.94
รวม	154	100	29	100	191	100	371	100

5. จำนวนพนักงานประจำ ผลการวิจัยในตารางที่ 16 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง ร้อยละ 86.25 มีจำนวนพนักงานประจำเท่ากับและน้อยกว่า 15 คน ในขณะที่ร้อยละ 13.75 มีจำนวนพนักงานประจำมากกว่า 15 คน ส่วนผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนพนักงานมากที่สุดคือ 326 คน และน้อยที่สุดคือ 1 คน เฉลี่ยอยู่ที่ 15 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานประจำเท่ากับและน้อยกว่า 15 คน คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีจำนวนพนักงานประจำน้อย และกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานประจำมากกว่า 15 คน คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีจำนวนพนักงานประจำมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานประจำเท่ากับและน้อยกว่า 15 คน มากกว่าจำนวนพนักงานประจำที่มีมากกว่า 15 คน เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามจำนวนพนักงานประจำของผู้ประกอบการ และรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ พนักงานประจำ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n = 371)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานประจำน้อย	114	74.03	24	92.31	182	95.29	320	86.25
พนักงานประจำมาก	40	25.97	2	7.69	9	4.71	51	13.75
รวม	154	100	29	100	191	100	371	100
ค่าเฉลี่ย		29.00		8.00		5.00		15.00
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		65.08		9.49		4.63		43.44
จำนวนต่ำที่สุด		2		1		1		1
จำนวนสูงที่สุด		326		50		40		326

อนึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสามารถกล่าวได้ว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จดทะเบียนธุรกิจประเภทการจัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ แต่เมื่อเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบธุรกิจมีการจดทะเบียนธุรกิจประเภทการจัดนำเที่ยวที่แตกต่างกันไปอย่างชัดเจน โดยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบบริษัทจำกัดส่วนใหญ่จัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ ส่วนรูปแบบห้างหุ้นส่วนส่วนใหญ่จัดนำเที่ยวเข้าประเทศ ในขณะที่รูปแบบเจ้าของคนเดียวจัดนำเที่ยวในประเทศ และส่วนใหญ่มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจเท่ากับและต่ำกว่า 5 ล้านบาท อีกทั้งอยู่ในสาขาภาคกลางเป็นส่วนใหญ่ ด้วยสาเหตุที่ว่าภูมิภาคนี้ มีความรับผิดชอบของจำนวนจังหวัดมากที่สุดทั้งสิ้น 28 จังหวัด ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร และความเจริญของประเทศในทุกๆ ด้าน นอกจากนี้ในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่าต่อปี และมีอัตราการจ้างพนักงานมาปฏิบัติงานประจำในองค์การค่อนข้างน้อย

ส่วนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาใน 3 ระดับการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ระดับปัจเจกบุคคล ซึ่งได้แก่ การรับรู้ในด้านบุคลิกภาพ การจูงใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง ส่วนระดับกลุ่ม ได้แก่ การรับรู้ในด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ส่วนระดับองค์การ ได้แก่ การรับรู้ในด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การ ผลการวิจัยการรับรู้ในแต่ละระดับ มีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ผลการวิจัยในตารางที่ 17 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล (บุคลิกภาพ การจูงใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.01) นั่นหมายถึงว่า ลักษณะเฉพาะของผู้ให้ข้อมูลมีอิทธิพลอย่างมากต่อผลสัมฤทธิ์ของการทำงานสามารถสร้างผลงานที่ตนรับผิดชอบหรือ การปฏิบัติงานที่ดี แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการจูงใจ (ค่าเฉลี่ย=4.10) ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง (ค่าเฉลี่ย=4.08) และด้านบุคลิกภาพ (ค่าเฉลี่ย=3.86) ในระดับมากเช่นเดียวกันแต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยการรับรู้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการจูงใจมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากความสำเร็จในงาน ความรับผิดชอบ งานที่ทำทลายความรู้ความสามารถ และความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรในหน่วยงาน เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานกับผู้ให้ข้อมูลโดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.86-4.36 (ตารางที่ 34ภาคผนวก ง) ในขณะที่แต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัด(ค่าเฉลี่ย= 4.11) ห้างหุ้นส่วน (ค่าเฉลี่ย= 4.08) และเจ้าของคนเดียว (ค่าเฉลี่ย= 3.92) มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลในระดับมากเช่นเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลในทุกรูปแบบธุรกิจ โดยเฉพาะรูปแบบบริษัทจำกัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปัจเจกบุคคล มีลักษณะเฉพาะตัว นั่นก็คือ ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับของสาธารณชน อันจะส่งผลต่อการสร้างผลงานให้ประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 17 ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)		ระดับ การรับรู้
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
ด้านบุคลิกภาพ	3.98	0.46	3.91	0.45	3.76	0.47	3.86	0.48	มาก
ด้านการจูงใจ	4.20	0.48	4.15	0.41	4.01	0.48	4.10	0.49	มาก
ด้านการรับรู้ความสามารถ ในตนเอง	4.17	0.54	4.21	0.68	4.00	0.60	4.08	0.59	มาก
รวม	4.11	0.42	4.08	0.43	3.92	0.43	4.01	0.52	มาก

หมายเหตุ :	ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	3.50 - 5.00	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับมาก
	2.50 - 3.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับปานกลาง
	1.00 - 2.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับน้อย

2. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม ผลการวิจัยในตารางที่ 18 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (การจัดการความขัดแย้งในกลุ่ม และระหว่างกลุ่ม และประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย= 3.52) นั่นหมายถึง ผู้นำมีอิทธิพลอย่างมากในการนำกลุ่มคนทำงานไปสู่เป้าหมาย ซึ่งเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์การ แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.97) ในขณะที่ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ผลการวิจัยกลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=3.06) เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวมีขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีจำนวนพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 17 ที่ระบุว่าผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งร้อยละ 86.25 มีจำนวนพนักงานประจำเท่ากับและน้อยกว่า 15 คน ซึ่งอาจมีปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคคลเพียงเล็กน้อย แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยการรับรู้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการกำหนดบทบาทให้ทำงานเป็นทีมที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารที่เปิดเผย ได้ปรึกษาหารือพร้อมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีวัตถุประสงค์และทิศทางร่วมกัน ทำให้การทำงานของทีมประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี โดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.89-4.04 (ตารางที่ 35ภาคผนวก ง) ในขณะที่แต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบห้างหุ้นส่วน (ค่าเฉลี่ย= 3.66) และบริษัทจำกัด (ค่าเฉลี่ย= 3.52) มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะรูปแบบห้างหุ้นส่วนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับกลุ่ม ซึ่งเป็นกิจการที่ดำเนินธุรกิจขนาดเล็กและภายในครอบครัว มีความผูกพัน มีหน้าที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบเจ้าของคนเดียว (ค่าเฉลี่ย= 3.49) รับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดเล็กกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น และต้องควบคุมการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองทั้งหมด จึงมีพฤติกรรมกลุ่มไม่ชัดเจนนัก

ตารางที่ 18 ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล
จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)		ระดับ การรับรู้
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
ด้านการจัดการความ ขัดแย้งในกลุ่มและ ระหว่างกลุ่ม	3.05	0.43	3.14	0.43	3.05	0.42	3.06	0.43	ปานกลาง
ด้านประสิทธิผลการ ทำงานเป็นทีม	4.00	0.62	4.19	0.61	3.93	0.62	3.97	0.62	มาก
รวม	3.52	0.44	3.66	0.39	3.49	0.41	3.52	0.53	มาก

หมายเหตุ : ค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง
 3.50 - 5.00 มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานในระดับมาก
 2.50 - 3.49 มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานในระดับปานกลาง
 1.00 - 2.49 มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานในระดับน้อย

3. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร ผลการวิจัยในตารางที่ 19 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร (การมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กร นวัตกรรมองค์กร เครือข่ายองค์กร และสภาพแวดล้อมองค์กร) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.69) นั้นหมายถึง การดำเนินธุรกิจที่ประกอบในด้านต่างๆ ดังกล่าวจะสามารถกำหนดพฤติกรรมการสร้างผลงานในระดับองค์กรแต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานด้านนวัตกรรมองค์กร (ค่าเฉลี่ย=4.11) ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย=3.88) ด้านเครือข่ายองค์กร (ค่าเฉลี่ย=3.69) ด้านวัฒนธรรมองค์กร (ค่าเฉลี่ย=3.55) ในระดับมากเช่นเดียวกัน ยกเว้นด้านสภาพแวดล้อมองค์กร ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=3.22) เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากการเข้ามามีบทบาทสำคัญของภาครัฐ ในการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาแผนงานในปีที่ผ่านมาที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยการรับรู้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานด้านนวัตกรรมองค์กรมากที่สุด นั้นหมายถึง การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ให้สอดคล้องกับลูกค้า และการปรับเปลี่ยนแนวคิดให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น นวัตกรรมจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับองค์กร โดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.06-4.16 (ตารางที่ 36ภาคผนวก ง) ในขณะที่แต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบห้างหุ้นส่วนมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กรในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.73) ส่วนรูปแบบบริษัทจำกัด (ค่าเฉลี่ย=3.71) และเจ้าของคนเดียว (ค่าเฉลี่ย=3.66) ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ในระดับมากเช่นเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลในทุกรูปแบบธุรกิจ โดยเฉพาะรูปแบบห้างหุ้นส่วนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับองค์กรที่มีการรับรู้ในการเตรียมพร้อมในด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมีวัฒนธรรมในองค์กรที่ยอมรับร่วมกัน การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้าง

นวัตกรรม การสร้างความเข้มแข็งด้านเครือข่าย และมีสภาพแวดล้อมช่วยในการปรับตัว กำหนด
พฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในองค์การ

ตารางที่ 19 ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การของผู้ให้ข้อมูล
จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)		ระดับการ รับรู้
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
ด้านมุ่งเน้นการเรียนรู้	3.87	0.68	3.96	0.46	3.88	0.67	3.88	0.66	มาก
ด้านวัฒนธรรมองค์การ	3.58	0.40	3.58	0.37	3.53	0.40	3.55	0.40	มาก
ด้านนวัตกรรมองค์การ	4.16	0.71	4.24	0.57	4.06	0.65	4.11	0.68	มาก
ด้านเครือข่ายองค์การ	3.75	0.73	3.74	0.77	3.64	0.77	3.69	0.76	มาก
ด้านสภาพแวดล้อม องค์การ	3.22	0.55	3.13	0.64	3.23	0.64	3.22	0.61	ปานกลาง
รวม	3.71	0.48	3.73	0.42	3.66	0.46	3.69	0.62	มาก

หมายเหตุ : ค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง
 3.50 - 5.00 มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับมาก
 2.50 - 3.49 มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับปานกลาง
 1.00 - 2.49 มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับน้อย

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถกล่าวได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้าง
ผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ 8
ด้าน คือ 1) การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ การจูงใจ
และการรับรู้ความสามารถในตนเอง 2) การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม ได้แก่
ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม และ 3) การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ ได้แก่
ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ และเครือข่ายองค์การ โดยผู้ให้ข้อมูล
เน้นการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการจูงใจ ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม และนวัตกรรม
องค์การ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละระดับการรับรู้ แสดงว่า งานที่รับผิดชอบทำทนายความรู้
ความสามารถ และต้องกำหนดบทบาทการทำงานเป็นทีมที่ชัดเจนด้วยการติดต่อสื่อสารที่เปิดเผย ร่วม
แสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ให้สอดคล้อง
กับลูกค้าให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่นในขณะที่มี 2 ด้านเท่านั้นที่ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ในพฤติกรรม
กรรมการสร้างผลงานด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และสภาพแวดล้อมองค์การอยู่ใน
ระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากที่ผ่านมารัฐกิจนำเที่ยวมีจำนวนพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจมี
ปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคคลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อีกทั้งการเข้ามามีบทบาทของภาครัฐ มีการ
พัฒนาแผนงานที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ปรับตัวไม่ทันกับสถานการณ์ได้ แต่เมื่อพิจารณาในแต่

ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะรูปแบบบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละระดับการรับรู้ นั้น หมายถึง รูปแบบดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะตัวด้วยอำนาจการบริหาร และจัดระเบียบวิธีการทำงานความรับผิดชอบที่ชัดเจน แต่ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบเจ้าของคนเดียวรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มเพียงระดับปานกลางเท่านั้น เนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดเล็กกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น ต้องควบคุมการดำเนินการเองทั้งหมด จึงทำให้มีพฤติกรรมกลุ่มค่อนข้างน้อย

ส่วนที่ 4 ซีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษา ซีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 3 ด้านของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ด้านผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร โดยผลการวิจัยที่น่าเสนอ มีดังนี้

1. ซีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยในตารางที่ 20 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ด้านผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร) ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย=1.96) นั้น หมายถึง การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจ แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวด้านผู้นำระดับสากล (ค่าเฉลี่ย=1.99) ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ (ค่าเฉลี่ย=1.95) และด้านการจัดการฐานทรัพยากร (ค่าเฉลี่ย=1.96) อยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวด้านผู้นำระดับสากลสูงที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการสร้างสรรค์งานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย และเปิดใจยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่นเพื่อนำมาปรับปรุงตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ให้ข้อมูล โดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.95-1.99 (ตารางที่ 37 ภาคผนวก ง) ในขณะที่แต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัด (ค่าเฉลี่ย=1.97) ห้างหุ้นส่วน (ค่าเฉลี่ย=2.00) และเจ้าของคนเดียว (ค่าเฉลี่ย=1.95) มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจ ต้องการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสามารถขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่รอดด้วยการบริหารงานที่ชัดเจน

ตารางที่ 20 ค่าคะแนนเฉลี่ยของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ
จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถใน การจัดการธุรกิจนำ เที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม		ระดับความ คิดเห็น
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
ด้านผู้นำระดับสากล (n=368)*	1.99	0.20	2.09	0.53	1.97	0.30	1.99	0.88	ต่ำ
ด้านการจัดการ วัฒนธรรมระหว่างชาติ (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 : * ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าไม่มีความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเพียง 368 ราย
ส่วนอีก 3 รายคือ ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าไม่มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง

3.50 - 5.00 มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูง

2.50 - 3.49 มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับปานกลาง

1.00 - 2.49 มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ

จากผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของส่วนที่ 1-4 ข้างต้น อันเป็นข้อมูลพื้นฐาน
เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล, ลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว, การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้าง
ผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กร และขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของ
ผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ดังกล่าว เพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนที่ 5 ข้อมูลและทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

สมมุติฐานการวิจัยในขั้นตอนนี้มีทั้งหมด 5 ข้อสมมุติฐาน ซึ่งผู้วิจัยจะทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระแต่ละตัว เพื่อตรวจสอบว่ามีความแตกต่างไปในทิศทางใดซึ่งได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ สถิติสำหรับการวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ในการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (statistical significance) กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 โดยแบ่งแยกรายละเอียดตามสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

คุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิจัยในตารางที่ 21 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงาน ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=4.60:P=0.01$ และ $t=2.81:P=0.00$ ตามลำดับ) แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง (ค่าเฉลี่ย=4.11) และมีประสบการณ์การทำงานมาก (ค่าเฉลี่ย=4.11) ย่อมมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อย และผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่อื่น ในขณะที่ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และการมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ ผลการวิจัยกลับพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นั่นหมายถึง ปัจจัยดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวทั้งในด้านผู้นำระดับสากล ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และด้านการจัดการฐานทรัพยากรโดยในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.93-4.12นั่นหมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับสูงซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความสำเร็จ และความมีประสิทธิภาพขององค์การ

ดังนั้น ผลการวิจัย จึงยอมรับสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน และปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และการมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\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)				
-อายุน้อย	4.03	0.44	0.24	0.80
-อายุมาก	4.01	0.52		
3. ระดับการศึกษา(n= 371)				
-ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.93	0.53	1.94	0.14
-ระดับปริญญาตรี	4.02	0.47		
-สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	0.50		
4. ตำแหน่งหน้าที่(n= 371)				
-ผู้บริหารระดับสูง	4.11	0.48	4.60	0.01*
-ผู้บริหารระดับกลาง	3.98	0.46		
-เจ้าของกิจการ	3.93	0.49		
5. ประสบการณ์การทำงาน(n= 371)				
-ประสบการณ์น้อย	3.96	0.46	2.81	0.00*
-ประสบการณ์มาก	4.11	0.50		
6. การมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ (n= 371)				
- ไม่มีประสบการณ์(n= 189)	4.01	0.50	0.30	0.75
- มีประสบการณ์(n= 182)	4.03	0.45		

ตารางที่ 21 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
6.1 จำนวนการมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ (n= 182)**				
- ประสบการณ์น้อย	3.98	0.42	1.60	0.11
- ประสบการณ์มาก	4.09	0.49		

หมายเหตุ :** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าเคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนเพียง 182 ราย ส่วนอีก 189 รายคือ ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าไม่เคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อน
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.50 – 5.00	มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูง
2.50 – 3.49	มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับปานกลาง
1.00 – 2.49	มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ

สมมุติฐานที่ 2 ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกัน

ด้านลักษณะธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยในตารางที่ 22 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้สุทธิ และสาขาจดทะเบียนธุรกิจที่ต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=2.46:P=0.01$ และ $t=7.64:P=0.00$ ตามลำดับ) แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิมากกว่า 1 ล้านบาท (ค่าเฉลี่ย=4.22) และจดทะเบียนธุรกิจสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย=4.18) ย่อมมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่า และที่จดทะเบียนธุรกิจในสาขาอื่น ในขณะที่ประเภทธุรกิจนำเที่ยว ทุนจดทะเบียนธุรกิจ และจำนวนพนักงานประจำ ผลการวิจัยกลับพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นั่นหมายถึง ปัจจัยดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวทั้งในด้านผู้นำระดับสากล ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และด้านการจัดการฐานทรัพยากร โดยในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.80-4.22 นั่นหมายถึง ลักษณะธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับสูงซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจ ทั้งที่เป็นตัวแทนของธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น ผลการวิจัย จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีรายได้สุทธิ และสาขาจดทะเบียนธุรกิจ ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจนำเที่ยว ทุนจดทะเบียนธุรกิจ และจำนวนพนักงานประจำที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างในลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว

ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
1. ทุนจดทะเบียนธุรกิจ (n=370)**				
- 5 ล้านบาท และต่ำกว่า	4.00	0.48	1.74	0.08
- 5.01 ล้านบาท และมากกว่า	4.12	0.45		
2. รายได้สุทธิ (n=371)				
- 1 ล้านบาท และต่ำกว่า	4.00	0.48	2.46	0.01*
- มากกว่า 1 ล้านบาท	4.22	0.47		
3. สาขาจดทะเบียนธุรกิจ (n=371)				
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.18	0.45		0.00*
- ภาคเหนือ	4.15	0.45	7.64	
- ภาคใต้	3.80	0.51		
- ภาคกลาง	4.03	0.46		

ตารางที่ 22 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างในลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
4. ประเภทธุรกิจนำเที่ยว (n=371)				
- นำเที่ยวยังต่างประเทศ	4.07	0.48		
- นำเที่ยวเข้าประเทศ	3.98	0.49	0.79	0.49
5. จำนวนพนักงานประจำ (n=371)				
- พนักงานประจำน้อย	4.02	0.48	0.39	0.69
- พนักงานประจำมาก	4.04	0.46		

หมายเหตุ : ** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุทุนจดทะเบียนธุรกิจมีเพียง 370 ราย ส่วนอีก 1 รายคือ ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้ระบุทุนจดทะเบียนธุรกิจ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง

3.50 – 5.00 มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูง

2.50 – 3.49 มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับปานกลาง

1.00 – 2.49 มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล (บุคลิกภาพการจูงใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ผลการวิจัยในตารางที่ 23 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=7.78; P=0.00$) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านบุคลิกภาพด้านการจูงใจ และด้านการรับรู้ความสามารถในตนเองที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=5.67; P=0.00$, $t=7.95; P=0.00$ และ $t=5.95; P=0.00$ ตามลำดับ) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์

ความสำเร็จในการทำงานเป็นแรงจูงใจ และความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน โดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.86-4.36 (ตารางที่ 34 ภาคผนวก ง) นั้นหมายถึง ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถ และมีบุคลิกภาพที่กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จอย่างมาก ยกเว้นข้อความด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไห้ต่อสถานการณ์กลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น (ตารางที่ 34 ภาคผนวก ง) ทั้งนี้อาจเนื่องจาก การที่มีความรู้สึกรอคอยใจต้องเก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อต้องเผชิญกับบุคคลที่มีลักษณะจู้จุกจิก ซึ่งไม่สามารถควบคุมความต้องการของตนจากสิ่งเร้าได้ อาจเกิดผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นงานด้านการบริการ

ดังนั้น ผลการวิจัย จึงยอมรับสมมุติฐานข้อที่ 3 กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล (บุคลิกภาพ การจูงใจ และการรับรู้ความสามารถในตนเอง) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล

การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ระดับปัจเจกบุคคล	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
ด้านบุคลิกภาพ (n=365)**				
- ปานกลาง (n=199)	3.52	0.48	5.67	0.00*
- มาก (n=166)	3.92	0.46		
ด้านการจูงใจ (n=368)**				
- ปานกลาง (n=130)	3.63	0.46	7.95	0.00*
- มาก (n=238)	4.18	0.45		
ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง (n=363)**				
- ปานกลาง (n=106)	3.65	0.58	5.95	0.00*
- มาก (n=257)	4.16	0.56		
ผลรวมระดับปัจเจกบุคคล (n=368)**				
- ปานกลาง (n=179)	3.60	0.41	7.78	0.00*
- มาก (n=189)	4.08	0.41		

หมายเหตุ : ** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่ามีความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่วนที่เหลือคือ ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้ระบุว่ามีความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.50 – 5.00	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับปานกลาง
1.00 – 2.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับน้อย

สมมุติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม ผลการวิจัยในตารางที่ 24 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=5.53;P=0.00$) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=7.75;P=0.00$) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า การมีบทบาทและมอบหมายงานที่ชัดเจน มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด โดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.84-4.04 (ตารางที่ 35ภาคผนวก ง) นั่นหมายถึง ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการที่พนักงานได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างชัดเจนก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กรอย่างมาก ยกเว้นข้อความด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มในการเอาชนะ โดยใช้อำนาจบังคับอีกฝ่ายหนึ่งให้อยู่ในภาวะจำยอม และการหลีกเลี่ยงไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ปัญหา กลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลาง แสดงว่า การที่พนักงานในองค์กรมักจะยึดถือความคิดของตนเองในการแก้ปัญหา และมักจะหลีกเลี่ยงด้วยการถอนตัวออกจากสถานการณ์ที่เป็นความขัดแย้ง ไม่สามารถแก้ปัญหาให้กับองค์กรได้สำเร็จ ส่วนพฤติกรรมการยอมตาม กลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับน้อยเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจาก พนักงานในองค์กรมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่างๆ จึงไม่สามารถเสริมสร้างให้เกิดขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ตารางที่ 35ภาคผนวก ง) ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ($t=0.16;P=0.86$) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และยึดการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่เป็นหลักในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง (ตารางที่ 35ภาคผนวก ง) จึงไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ดังนั้น ผลการวิจัย จึงยอมรับสมมุติฐานข้อที่ 4 กล่าววว่า ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม (การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม

การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม (n=363)**				
- น้อย (n=141)	3.04	0.39	0.16	0.86
- ปานกลาง (n=222)	3.05	0.43		
ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม (n=352) **				
- ปานกลาง (n= 123)	3.39	0.62	7.75	0.00*
- มาก (n = 229)	4.07	0.57		
ผลรวมระดับกลุ่ม(n=342)**				
- ปานกลาง(n=294)	3.22	0.43	5.53	0.00*
- มาก (n=48)	3.56	0.40		

หมายเหตุ : ** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ส่วนที่เหลือคือ ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้ระบุว่าขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.50 – 5.00	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับปานกลาง
1.00 – 2.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับน้อย

สมมุติฐานที่ 5 ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (มุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การ) แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ ผลการวิจัยในตารางที่ 25 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=8.85; P=0.00$) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านนวัตกรรมองค์การ ด้านเครือข่ายองค์การ และด้านสภาพแวดล้อมองค์การที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ($t=7.43; P=0.00, t=4.60; P=0.00, t=6.31; P=0.00, t= 8.12; P=0.00$ และ $t=4.69; P=0.00$ ตามลำดับ) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้ด้วยการเปิดใจ มีวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม

สร้างการเรียนรู้ในการบริการ การบูรณาการองค์ความรู้ใหม่ๆ และปัจจัยด้านการผลิต ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน โดยทุกข้อความมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.40-4.16 (ตารางที่ 36 ภาคผนวก ง) นั้นหมายถึง ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ในการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยว/ การบริการใหม่ๆ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานขององค์การเครือข่ายและได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งภายในประเทศ ทำให้องค์การก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างมาก ยกเว้นข้อความด้านวัฒนธรรมองค์การที่เน้นการแข่งขัน และด้านสภาพแวดล้อมองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับน้อยเท่านั้น ทั้งนี้อาจเนื่องจาก บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานที่แข่งขันกัน เพื่อให้ได้รับผลสำเร็จภายในองค์การ และให้มีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าคู่แข่งรายอื่นในภาคธุรกิจนำเที่ยว (ตารางที่ 35 ภาคผนวก ง) แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เต็มศักยภาพ ซึ่งต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านบริการการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอและขาดคุณภาพ (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ดังนั้น ผลการวิจัย จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 5 กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ (มุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อมองค์การ) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ

การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้าง ผลงานระดับองค์การ	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (n=351)**				
- ปานกลาง (n=143)	3.28	0.59	7.43	0.00*
- มาก (n=208)	3.98	0.62		
วัฒนธรรมองค์การ (n=360)**				
- ปานกลาง (n=280)	3.32	0.36	4.60	0.00*
- มาก (n=80)	3.59	0.39		
นวัตกรรมองค์การ (n=357)**				
- ปานกลาง (n=88)	3.58	0.77	6.31	0.00*
- มาก (n=269)	4.20	0.62		
เครือข่ายองค์การ (n=324)**				
- ปานกลาง (n=160)	2.97	0.75	8.12	0.00*
- มาก (n=164)	3.82	0.68		

ตารางที่ 25 ค่าความแตกต่างของขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอันเนื่องมาจากความแตกต่างด้านการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับบองค์การ (ต่อ)

การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้าง ผลงานระดับบองค์การ	ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว			
	\bar{x}	S.D.	ค่าความแตกต่าง	ระดับนัยสำคัญ
สภาพแวดล้อมองค์การ (n=331)**				
- น้อย (n=111)	2.87	0.48	4.69	0.00*
- ปานกลาง (n=220)	3.28	0.59		
ผลรวมระดับบองค์การ (n=337)**				
- ปานกลาง (n=239)	3.20	0.40	8.85	0.00*
- มาก (n=98)	3.77	0.43		

หมายเหตุ : ** ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ส่วนที่เหลือคือ ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้ระบุว่าขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.50 – 5.00	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับปานกลาง
1.00 – 2.49	มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในระดับน้อย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 ทดสอบสมมติฐานการวิจัยการเปรียบเทียบว่าผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยในขั้นตอนนี้มีทั้งหมด 1 ข้อสมมติฐาน ซึ่งผู้วิจัยจะทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว ใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์คือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ในการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

รูปแบบธุรกิจ ผลการวิจัยในตารางที่ 26 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=0.43; P=0.48$) ทั้งนี้เนื่องจากการได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 8 ราย (บริษัทจำกัด 3 ราย ห้างหุ้นส่วน 2 ราย และเจ้าของคนเดียว 3 ราย) ให้ความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า

รูปแบบธุรกิจดังกล่าวเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น ดังนั้นความแตกต่างจะขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ภายในองค์กรเท่านั้นซึ่งจะกล่าวในผลการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป นอกจากนี้ภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.85-2.90นั่นหมายถึง ผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเพียงระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า รูปแบบบริษัทจำกัดมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากรูปแบบนี้มีการบริหารงานโดยคณะกรรมการ ซึ่งเกิดจากการรวมทุนของกลุ่มคนที่มีความสามารถไม่ต่ำกว่า 7 คน ดำเนินกิจการร่วมกัน ส่งผลให้เป็นกิจการที่มีความมั่นคง และน่าเชื่อใ้มากรูปแบบหนึ่ง

ดังนั้น ผลการวิจัย จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน

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

หมายเหตุ : ค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง

3.50 – 5.00 มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูง

2.50 – 3.49 มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับปานกลาง

1.00 – 2.49 มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

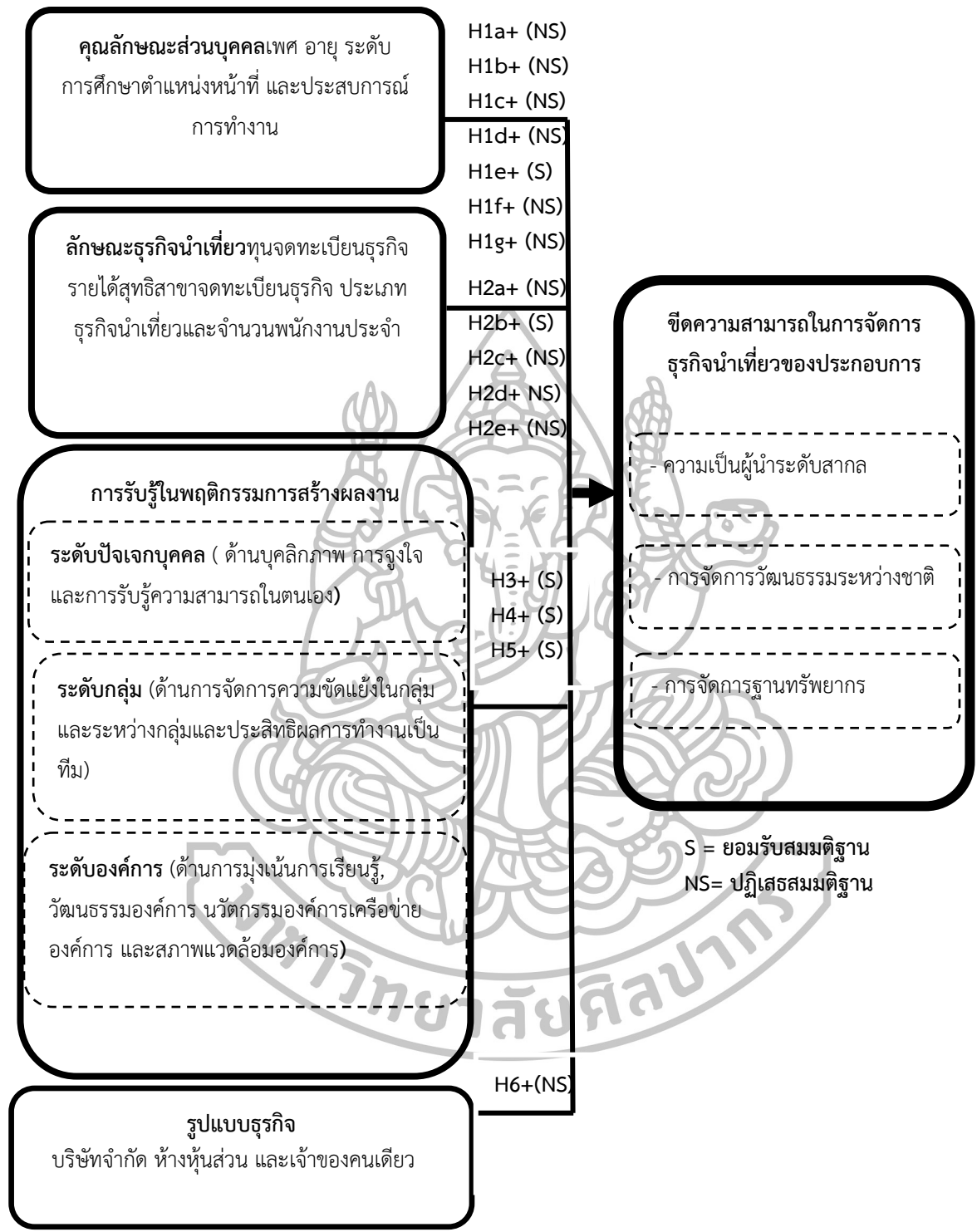
ผลจากการทดสอบสมมุติฐานทั้ง 6 ข้อ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม (t test) และมากกว่า 2 กลุ่ม (การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว: ANOVA) พบว่าสมมุติฐานดังกล่าว มีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ ดังรายละเอียดในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย		ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1	ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	
สมมุติฐาน 1a	ผู้ประกอบการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1b	ผู้ประกอบการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1c	ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1d	ผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1e	ผู้ประกอบการที่มีจำนวนประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันแตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1f	ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อนที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 1g	ผู้ประกอบการที่มีจำนวนประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อนที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 2	ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน มี ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	
สมมุติฐาน 2a	ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน

ตารางที่ 27 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย(ต่อ)

สมมุติฐานการวิจัย		ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
สมมุติฐาน 2b	ผู้ประกอบการที่มีรายได้สุทธิที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถ	ยอมรับสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 2c	ในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีสาขาจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 2d	ผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 2e	ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานประจำที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 3	ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ระดับปัจเจกบุคคล (บุคลิกภาพ การจงใจ และการรับรู้ ความสามารถในตนเอง) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถ ในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 4	ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ระดับกลุ่ม (การจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่าง กลุ่มประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม) ที่แตกต่างกัน มีขีด ความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 5	ผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ระดับองค์กร (มุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ เครือข่ายองค์การ และสภาพแวดล้อม องค์การ) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยว ที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
สมมุติฐาน 6	ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถใน การจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมุติฐาน



ภาพที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิด

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการดำเนินงานวิจัยในขั้นตอนนี้เป็นการดำเนินงานเพื่อหาคำตอบเชิงประจักษ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาผลการวิจัยสรุปไว้ดังนี้

1. ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ด้านผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร) อยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวด้านผู้นำระดับสากลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ต้องการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสามารถขับเคลื่อนให้อยู่รอดด้วยการบริหารที่ชัดเจน ให้ช่วยพัฒนาความเป็นผู้นำและเกิดการสร้างสรรค์งานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย และเปิดใจยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่น เพื่อนำมาปรับปรุงตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ให้ข้อมูล

2. คุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในวัยกลางคน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยมีตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสอดคล้องกับคณะที่สำเร็จการศึกษา แต่ค่อนข้างมีประสบการณ์การทำงานน้อย และยังไม่เคยมีประสบการณ์ทำงานด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ

3. ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ 5 ล้านบาทและต่ำกว่า โดยส่วนใหญ่จดทะเบียนธุรกิจอยู่ในสำนักงานฯ สาขาภาคกลาง ด้วยสาเหตุที่สาขานี้ มีความรับผิดชอบมากที่สุดทั้งสิ้น 28 จังหวัด ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร และความเจริญของประเทศในทุกๆ ด้าน นอกจากนี้ในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่า ซึ่งลดลงอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา อาจเนื่องมาจากสถานการณ์บ้านเมืองผนวกกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยกลายเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องลดค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวลงอีกทั้งธุรกิจนี้จัดอยู่ในประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสินทรัพย์ค่อนข้างจำกัด จึงทำให้มีอัตราการจ้างงานพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างพนักงานแบบชั่วคราว เช่น มัคคุเทศก์ ผู้ช่วยมัคคุเทศก์ หัวหน้าทัวร์ และคนขับรถ เป็นต้น เนื่องจากไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนการจ้างงาน แม้แต่สิทธิประโยชน์ หรือสวัสดิการต่างๆ เช่น โบนัส ค่ารักษาพยาบาล หรือค่าอาหาร ฯลฯ

4. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานในภาพรวม (ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านต่างๆ คือ ด้านบุคลิกภาพการจูงใจ การรับรู้ความสามารถในตนเอง ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม การมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ นวัตกรรมองค์การ และเครือข่ายองค์การ ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ระดับมาก ส่วนการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และสภาพแวดล้อมองค์การ ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้นซึ่งต้องพิจารณาว่าธุรกิจนำเที่ยวมีจำนวนพนักงาน

ประจำค่อนข้างน้อย ความขัดแย้งระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้นอีกทั้งการเข้ามามีบทบาทของภาครัฐที่มีการพัฒนางานและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ให้ข้อมูลปรับตัวไม่ทันกับสถานการณ์ จึงมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานทุกระดับอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบเจ้าของคนเดียวที่รับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มเพียงระดับปานกลางเท่านั้น อาจเนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดเล็ก และผู้ให้ข้อมูลต้องควบคุมการดำเนินการเองทั้งหมด

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง และมีประสบการณ์การทำงานมาก มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อย และผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่อื่น ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และการมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งองค์การ ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นั่นหมายถึง ลักษณะดังกล่าวไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นผลการวิจัย จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศ, อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อน ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่มีความแตกต่างกัน

2. ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิ และสาขาจดทะเบียนธุรกิจ มีความแตกต่างกันอย่างยิ่ง แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิต่ำกว่า 1 ล้านบาท และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่า และจดทะเบียนธุรกิจในส่วนประเภทธุรกิจนำเที่ยว จำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจ และจำนวนพนักงานประจำ ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด นั่นหมายถึง ลักษณะดังกล่าวไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างยิ่ง ดังนั้น ผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งชี้ให้เห็นบทบาทสำคัญความเป็นองค์การที่ต้องอาศัยความเป็นปัจเจกบุคคลของผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ใช้การโน้มน้าว จูงใจ และมีอิทธิพลในการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มให้ทำงานกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่เป้าหมายของการทำงานนั้นให้สำเร็จลุล่วง และสามารถนำองค์การและสังคมเจริญก้าวหน้า แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดการ

ความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด อาจเนื่องจากพนักงานในบริษัทมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และยึดการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่เป็นหลักในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง อีกทั้งร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิดความคิดใหม่ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกัน จึงไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด จึงที่ระบุว่า ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 8 รายที่ระบุว่า รูปแบบธุรกิจดังกล่าวเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น ซึ่งความแตกต่างจะขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่าง ๆ ภายในองค์กร แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละรูปแบบธุรกิจกลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเพียงระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งต้องพิจารณาหาหนทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวครั้งต่อไป แต่ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบบริษัทจำกัดมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ารูปแบบห้างหุ้นส่วนและเจ้าของคนเดียว นั้นแสดงว่า รูปแบบธุรกิจนี้มีการบริหารงานโดยคณะกรรมการที่เกิดจากการร่วมทุนในการดำเนินกิจการร่วมกัน จึงส่งผลให้เป็นกิจการที่มีความมั่นคง และเป็นที่น่าเชื่อมากในรูปแบบหนึ่ง

จากการดำเนินงานวิจัยการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้วยขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ ช่วยให้ผู้วิจัยได้รับองค์ความรู้ ประสบการณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการเป็นเครื่องมือพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และผู้ที่สนใจเข้ามาประกอบธุรกิจนี้ในอนาคตสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ควรให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างหน่วยงานจะช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน 2) ลักษณะธุรกิจนำเที่ยว ต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยอาศัยจุดแข็งทั้งด้านความหลากหลายของทรัพยากรอุปนิสัยที่เป็นมิตร และรสชาติอาหารที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นจะช่วยสร้างความแตกต่างควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาว 3) การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน จำแนกตามระดับการรับรู้คือ ระดับปัจเจกบุคคล ต้องพัฒนาตนเองโดยอาศัยการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ให้เกิดความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จ ส่วนระดับกลุ่ม ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความขัดแย้งให้เกิดขึ้น เพราะจะเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เนื่องจากพบว่า ผู้ประกอบการมักจะหลีกเลี่ยงออกจากสถานการณ์ความขัดแย้ง และยึดปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่น จึงควรร่วมแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกัน และระดับองค์กร ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลง การปรับโครงสร้างใหม่ การออกแบบนวัตกรรมการให้บริการให้แตกต่างจากบริษัทคู่แข่ง เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์

จากการดำเนินตามขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งสิ้น 371 ราย ในบทที่ 4 นำไปสู่ขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน) และนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 23 ราย ซึ่งผู้วิจัยจะอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของกรณีศึกษาเชิงคุณภาพในบทที่ 5 ต่อไป



บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก และเทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน เพื่อนำผลการวิจัยมาเชื่อมโยงตามกรอบแนวคิดของการวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 4 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงนำไปสู่การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4 เพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการโดยนำเสนอตามขั้นตอนการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในขั้นตอนการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 ราย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 8 ราย (บริษัทจำกัด 3 ราย ห้างหุ้นส่วน 2 ราย และเจ้าของคนเดียว 3 ราย) ที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย 4 ประเภทคือ จัดนำเที่ยวต่างประเทศ จัดนำเที่ยวภายในประเทศ, จัดนำเที่ยวเข้ามาในประเทศ และจัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 7 ราย (ภาครัฐ 2 ราย, ภาคเอกชน 3 ราย และภาครัฐวิสาหกิจ 2 ราย) ประกอบด้วย สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกประจำประเทศไทย, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย 3) นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 8 ราย ประกอบด้วย คณะกรรมการสมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 4 ราย คณะกรรมการโครงการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ประจำปีพ.ศ. 2556 จำนวน 2 ราย ฝ่ายวิชาการ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 1 ราย และฝ่ายวิชาการ สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทยจำนวน 1 ราย (ตารางที่ 40ภาคผนวก จ) โดยผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลไว้ในขอบเขตการวิจัยของบทที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยประมวลผลวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยมากำหนดรหัส จัดหมวดหมู่ แล้วนำมาแปลความหมายของข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ในปัจจุบันขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยพบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่มีขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมลดลงจากปีที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบกับการบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้อยู่รอดกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจึงต้องมองหากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลาในโลกปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในชีวิต เพื่อทำการสืบค้นข่าวสารข้อมูลต่างๆ ให้ซื้อขายสินค้าและบริการได้ทุกอย่างที่อย่างง่ายดาย สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังเป็นช่องทางใหม่สำหรับผู้ประกอบการที่ช่วยสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการซื้อขายบริการได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและขยายฐานธุรกิจ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบทบาทการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวมากขึ้น ดังความคิดเห็นของนักวิชาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ดังนี้

“จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีเยอะขึ้น และทำธุรกิจหลากหลาย เนื่องจากสถานการณ์บ้านเมืองที่ไม่แน่นอน ทำให้ผู้ประกอบการจำต้องปรับตัวเพื่อให้บริษัทอยู่รอด แต่ในขณะที่เมื่อตรวจสอบแล้วพบว่า มาตรฐานของบริษัทนำเที่ยวต่ำกว่าครึ่ง” (วรณพร (นามสมมุติ),2558)

“ศักยภาพของผู้ประกอบการควรจะต้องประสานการรองรับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับความต้องการลูกค้า และได้จะรับผลกระทบน้อย ซึ่งกรมการท่องเที่ยวมีการตรวจมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวทุกๆ ปี แต่บริษัทนำเที่ยวก็ยังไม่เห็นความสำคัญ การตรวจสอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ถึงแม้ว่าจะนัดกับทางคณะกรรมการฯ แล้วก็ตาม ทางผู้ประกอบการก็จะเลือกงานก่อน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่ผิดพลาด เพราะการรองรับมาตรฐานฯ เป็นการประกันได้ว่าเป็นบริษัทที่มีมาตรฐาน อย่างเช่นปีที่ผ่านมาบริษัทนำเที่ยวแถบภาคใต้เขาคิดว่าได้รับรางวัลไป ก็ไม่ได้ลูกค้า ซึ่งจริงๆ ถ้าได้การรับรองมาตรฐานเป็นตัวการันตีอย่างดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ” (ทิพวรรณ (นามสมมุติ),2558)

“ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความรู้มากขึ้น ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากเดินทางเป็นกลุ่ม กลายมาเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ ซึ่งจะเตรียมการเดินทางเองทั้งหมด โดยไม่ใช้บริการบริษัททัวร์ และปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการเองก็ไม่มีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงกับสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ” (รุ่งนภา (นามสมมุติ),2558)

ในขณะที่ยังมีปัจจัยอื่นที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว เช่น ปัญหาคนไทยที่ถือหุ้นแทนชาวต่างชาติ โดยว่าจ้างให้เป็นตัวแทนอำพราง (nominee) ในการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไทย ในลักษณะการแย่งอาชีพของคนในท้องถิ่น และรายได้ไม่ถูกหมุนเวียนเข้าสู่ชุมชนอย่างแท้จริง ยกตัวอย่างคำกล่าวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายหนึ่งไว้ว่า...

“ตอนนี้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวค่อนข้างประสบปัญหา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 จนถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่บริษัทนำเที่ยวจัดนำเที่ยวประเภทไปต่างประเทศและภายในประเทศจะมีเพียงกลุ่มเล็กๆ เท่านั้นที่ทำประเภทนำเที่ยวเข้าประเทศ เนื่องจากรัฐบาลออกกฎหมายไม่คุ้มครองความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และทำให้เป็นปัญหาใหญ่มาก โดยสถานการณ์ในประเทศไทยมีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวอย่างหนัก พวกทัวร์ศูนย์เหรียญก่อปัญหาให้กับการท่องเที่ยว เป็นลักษณะนอมินี เพราะมันคือธุรกิจพอกเงินให้กับผู้ประกอบการไทย” (พงศกร (นามสมมุติ),2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มภาคธุรกิจวิสาหกิจให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวอีกว่า...

“ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังไม่มีใครดูแลอย่างชัดเจน และยังเป็นกลุ่มขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งระบบงานยังไม่เป็นมาตรฐาน แต่เมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเข้ามา การลงทุนเป็นเรื่องสำคัญ เขาอยู่ด้วยตนเองไม่ได้ รัฐควรไปช่วยเรื่องเงินทุน และทุกวันนี้มีผู้มีอิทธิพลเข้ามาทำบริษัทนำเที่ยวแบบนอมินีเยอะมาก ทำให้คุณภาพการท่องเที่ยวต่ำลง ยังไม่สามารถแก้ไขได้ นอกจากนี้การเปิดอาเซียน กลุ่มผู้ประกอบการต้องเป็นระดับเชี่ยวชาญ อย่าคิดว่ากลุ่มอาเซียนคือ พวกเงินน้อยเตรียมต้อนรับทำให้ดีที่สุดให้กลายเป็นที่รำลือไปเลยว่า คนไทยรู้ดีกว่าคนชาติอื่น และเรายังไม่เคยมีใครคิดยุทธศาสตร์ที่จะปกป้องกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเลย” (ปณิตตา (นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้การประกอบธุรกิจร่วมกันในลักษณะกิจการร่วมค้า (joint venture) เพื่อยกระดับความสามารถในการดำเนินงาน และเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ดังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มภาครัฐ กล่าวไว้ว่า...

“สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวได้เริ่มมีบทบาทประกาศชัดเจนว่าต้องทำงานร่วมมือกันในเครือข่าย ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน บริหารแบบบริษัทคู่ค้า โดยมี 2 แบบ คือ 1) กิจการร่วมค้าแบ่งกำไรร่วมค้ากัน และ 2) แลกจำนวนนักท่องเที่ยวกัน เป็นหุ้นส่วนกัน กำไรของใครของมัน และทุกวันนี้ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเป็นลักษณะหุ้นส่วนกันมากกว่า” (วิริยะ (นามสมมุติ),2558)

อุปสรรคสำคัญประการหนึ่งของธุรกิจนำเที่ยว คือ เรื่องความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ซึ่งเมื่อประเทศไทยมีการเปิดเสรีการค้าและบริการแล้ว การแข่งขันจะยิ่งทวีความรุนแรง เนื่องจากคู่แข่งในกลุ่มอาเซียนต่างพยายามหาแนวทางเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เพิ่มมากขึ้น แต่ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังไม่เห็นความสำคัญของการขอรับการประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นยกระดับมาตรฐานในธุรกิจของตนให้สูงขึ้น นอกจากนี้ยังประสบปัญหาในการแข่งขันกับนักลงทุนรายใหญ่ เนื่องจากขาดแคลนเงินทุนทำให้การขยายธุรกิจหรือการลงทุนไปต่างประเทศเป็นไปได้ยาก ส่งผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง ดังนั้นรัฐบาลควรช่วยเหลือสนับสนุนหาแหล่งเงินทุนในการกู้ยืมให้กับผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องด้านการเงิน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และนอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังพบเจอสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผันผวนในปัจจุบันอย่างเช่น ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยเกิดการแข่งขันช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่ทวีความรุนแรง โดยส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของไทยอย่างมาก อีกทั้งปัญหานักลงทุนต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจนำเที่ยวใช้

คนไทยให้จดทะเบียนเป็นตัวแทนอำพราง และแย่งอาชีพผู้ประกอบการไทย ซึ่งกลายเป็นบ่อนทำลายเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของไทยอีกด้วย นอกจากนี้เรื่องความปลอดภัยจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ประเทศไทยยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวที่กำลังตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ เพราะถ้าปราศจากความเชื่อมั่นแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะไปเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านแทน จนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจอีกด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการได้ จำแนกเป็น 3 ด้านดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านผู้นำระดับสากล เป็นเสมือนหนึ่งในกลยุทธ์การขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ให้สามารถพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยแข่งขันทางธุรกิจให้มั่นคงและยั่งยืน ด้วยยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงานให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างภาวะผู้นำไปสู่ระดับสากล เพราะเมื่อต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนต่างชาติในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการต้องตั้งมั่นอยู่บนความสุจริต โปร่งใส มีจิตสำนึก และมีจริยธรรมในการทำงานจะทำให้ผู้ประกอบการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรเป็นที่น่าเชื่อถือในสายตาของนักท่องเที่ยว ดังความคิดเห็นของกลุ่มนักวิชาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ผู้ประกอบการควรมีธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน นั่นคือความรู้เท่าทันสถานการณ์โลก ให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (สมใจ (นามสมมุติ),2558)

“ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ” (นฤมล (นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้การมีจริยธรรม ซึ่งเป็นพฤติกรรมในการทำงานที่ดี ดังที่นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรายหนึ่งได้กล่าวว่า...

“จริยธรรมเป็นเรื่องสำคัญมาก ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีปัญหามากที่สุด เพราะขาดความซื่อสัตย์ ความจริงใจทั้งตนเองและผู้รับบริการ เพราะสิ่งเหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง” (สมใจ (นามสมมุติ),2558)

ในขณะที่รัฐบาลต้องมองเห็นความสำคัญในการคัดกรองผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมาบริหารให้มีทิศทางพัฒนาอย่างถูกต้องเข้มแข็ง ดังที่นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรายหนึ่งกล่าวว่า...

“เมื่อวัดขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวแล้วยังคงด้อยอยู่ เนื่องจากรัฐบาลยังไม่มีผู้เชี่ยวชาญด้านนี้มาบริหารอย่างลึกซึ้ง เพราะการท่องเที่ยวเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ซึ่งระดับสากลยังไม่เป็นที่ยอมรับ” (วรพจน์ (นามสมมุติ),2558)

ส่วนนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกรายหนึ่งแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างพันธมิตรกับคู่ค้าจะสามารถนำผู้ประกอบการไทยสู่ระดับสากล ได้กล่าวว่า...

“ผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ต้องหาเครือข่ายกับบริษัทนำเที่ยวต่างชาติ ต้องรวมตัวกันแล้วส่งต่อนักท่องเที่ยวกัน มีบางบริษัทเท่านั้นที่สามารถเป็นผู้นำระดับสากลได้ ส่วนนอกนั้นจะมีกระบวนการทำงานในรูปแบบนำบ้านมาเป็นสำนักงานมากกว่า แต่ลักษณะของคนไทยสามารถปรับตัวได้ง่ายกับกลุ่มประเทศคู่ค้าต่างชาติ” (ประภัสสร (นามสมมุติ),2558)

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพอีกว่า...

“สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังขาดอยู่คือ การตลาด เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันธุรกิจด้วยปัจจัยการเมืองที่มีปัญหา และแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกปล่อยให้โทรมไป อีกทั้งสื่อมวลชนก็นำเสนอข่าวที่เกินความเป็นจริง” และรัฐบาลไม่ส่งเสริมการจัดนำเที่ยวต่างประเทศ ควรเปลี่ยนแนวคิดใหม่ ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน” (สมทรง (นามสมมุติ), 2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของสมาคมฯ (ภาคเอกชน) มองเพิ่มเติมอีกว่า...

“ในปัจจุบันนี้ ถ้ามองในด้านตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาไทย มีจำนวนมาก และใช้บริการบริษัทนำเที่ยวที่เป็นแบบนอมินี จะมีความเข้มแข็งในการทำการตลาด และดูแลลูกค้าได้ดี ส่วนผู้ประกอบการไทยที่เป็นเจ้าของ 100% เรายังไม่เข้มแข็ง ขาดความเป็นมืออาชีพ เนื่องจากผู้ประกอบการไทยจะใช้ราคาเป็นตัวจูงใจลูกค้า จึงเกิดสงครามราคาเกิดขึ้นเป็นการตัดราคากัน ซึ่งบริษัทต่างชาติก็จะปีบราคานำเที่ยวได้ง่าย จนบางครั้งขาดทุน นี่แหละแสดงความไม่เป็นมืออาชีพ ดังนั้นควรเป็นลักษณะร่วมทุนกับนักลงทุนต่างชาติ เราถึงจะมีศักยภาพในด้านการตลาด” (ธีระชัย (นามสมมุติ), 2558)

“สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไปไม่ถึงศักยภาพ ก็เพราะว่างานทุกอย่างต้องใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งการติดต่อสื่อสารในการสนทนา และการตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งภาษาอังกฤษสำคัญที่สุด ควรพัฒนาเริ่มตั้งแต่สถาบันการศึกษา โดยทำทวิภาคีกับต่างประเทศในการส่งนักศึกษาไปฝึกงาน” (กรองแก้ว (นามสมมุติ), 2558)

นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของภาครัฐวิสาหกิจ มองเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้าช่วย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไว้ว่า...

“ผมมีความเชื่อว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีศักยภาพในระดับหนึ่ง แต่ปัจจุบันนี้มีระบบเทคโนโลยีที่เป็น เครื่องมือในการซื้อขายมีหลายตัว ทำให้บทบาทของบริษัททัวร์ถูกลดลง ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องใช้บริการแล้ว เช่น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวไปแล้ว ฉะนั้นศักยภาพของผู้ประกอบการต้องปรับตัวเองให้กับเข้ากับยุคสมัยนี้ให้ได้” (วีระเดช (นามสมมุติ), 2558)

ในขณะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของภาครัฐแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความไม่เป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้กล่าวว่า...

“การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวมีสูง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชอบเลียนแบบจัดรายการนำเที่ยวซ้ำๆ กัน เช่น ไปญี่ปุ่น ไม่ว่าลูกค้าจะจองบริษัททัวร์ไหนก็จะไปเหมือนกัน ยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้ และชอบตัดราคา ตอนนี้มีปัญหาการร้องเรียนอยู่เยอะมากในเรื่องบริษัทนำเที่ยวแอบแฝงมีจำนวนมากที่มาทำลายชื่อเสียง ส่วนใหญ่จำพวกนี้จะประชาสัมพันธ์ในกูเกิ้ล (google) และกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่นก็จะใช้บริการพวกนี้ เนื่องจากราคาถูก แต่กลุ่มบริษัทนำ

เที่ยวที่จดทะเบียนธุรกิจ ก็จะมีลูกค้าประเภทผู้สูงอายุ และเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่” (อัญชลี (นามสมมุติ),2558)

ท่ามกลางสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่แน่นอนของไทย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันระดับท้องถิ่นหรือในประเทศ แต่ยังคงขาดศักยภาพในการแข่งขันสู่ระดับสากล นั้นเป็นเพราะวัฒนธรรมการสร้างผู้นำของผู้ประกอบการไทยที่ผ่านมายึดความเข้มแข็งในการต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังไม่เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ แต่ในโลกของการติดต่อสื่อสารด้านการค้าระหว่างประเทศนั้น ภาษาเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ ทำให้ขาดกลไกที่จะประสานพันธมิตรธุรกิจระหว่างองค์การเครือข่ายนอกจากนี้มักชอบลอกเลียนแบบนวัตกรรมสินค้าและบริการ เพราะเหตุนี้จึงยังไม่สามารถปรับตัวกับการแข่งขันในตลาดที่มีความผันผวนสูงได้ซึ่งแตกต่างกับผู้ประกอบการต่างชาติที่พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่มีอยู่ในสถานการณ์โลกตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้พร้อมสำหรับการแข่งขันที่มีความรุนแรง โดยส่งเสริมการยึดหลักธรรมาภิบาล การสร้างจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อสังคม ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจ เป็นการยกระดับมาตรฐานการทำงานให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อีกทั้งไม่ต้องจ้างพนักงานจำนวนมาก เพราะส่วนใหญ่กระบวนการทำงานของธุรกิจนำเที่ยวจะนิยมนำบ้านมาตกแต่งเป็นสถานที่ทำงานหรือเรียกว่าโฮม ออฟฟิศ (home office) เพราะระบบการทำงานจะมีเพียงการติดต่อสื่อสารทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ (social media marketing) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีความเชี่ยวชาญในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (customer relationship management: CRM) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มุ่งสู่การให้ความสำคัญกับลูกค้าในการจัดหาและเป็นช่องทางการตลาดบริการให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งเจริญเติบโตต่อเนื่องและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าในตลาดสากล

2. ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีปัญหาคอขวดทั้งเรื่องการผูกฟองร้องเรียกค่าชดเชยหลังเดินทางไปใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่เดียวกันสถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดต่างประเทศก็ยังคงชะงักงัน เนื่องจากความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยลดน้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป โดยมีปัจจัยหลักมาจากความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เปลี่ยนไปเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านดังนั้นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไม่ควรมองข้ามคือ การสร้างความเชื่อมั่นในสังคมการทำงานระหว่างองค์การหรือระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งการร่วมงานและการให้บริการลูกค้าต่างชาติ ด้วยการติดต่อสื่อสารภาษาต่างประเทศ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของลูกค้าและบริษัทในเครือข่ายของแต่ละชนชาติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการเจรจาต่อรองทางการค้า และการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ได้แก่

“ผู้ประกอบการไทยที่จัดนำเที่ยวเข้าประเทศมีจำนวนน้อย พวกกลุ่มรายได้สูงเช่นยุโรป อเมริกา ฯลฯ ไม่ค่อยเข้ามาเที่ยวเมืองไทยแล้ว ทำให้ไม่มีบริษัทเข้ามาร่วมทำพันธมิตร” (กัจจ (นามสมมุติ),2558)

“มีปัญหาการฟ้องร้องระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่โดนบริษัทนำเที่ยวหลอกลวง จาก การไปซื้อที่บูธตามเทศกาลท่องเที่ยวต่างๆ ที่รัฐบาลไทยได้จัดขึ้น เช่น ซื้อไปแล้ว แต่ไม่สามารถใช้ได้ ช่วงวันศุกร์-วันอาทิตย์ ทำให้มีบางช่วงประเทศจีนสั่งคนไม่ให้มาเที่ยวเมืองไทย เพื่อแก้ปัญหาทั้ง ความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ” (กำจิต (นามสมมุติ),2558)

การก้าวเข้าสู่ยุคสังคมสมัยใหม่ เป็นสังคมที่แยกย่อยจนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่หลากหลาย แต่ความเป็นไทยของคนไทยยังคงมีคุณค่าที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางมายังประเทศไทย ดังที่ นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นสอดคล้องกับประเด็นนี้ว่า...

“ผู้ประกอบการไทยสามารถปรับตัวได้ง่ายกับชนชาติอื่นๆ ทำให้ความเป็นไทยยังคงเป็นจุด แข็งสำหรับประเทศไทย” (กำจร (นามสมมุติ),2558)

“ผู้ประกอบการไทยควรยอมรับและเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างชาติ ที่เราไม่ควรเปลี่ยนแปลง เอกลักษณ์ไปจากเดิม” (กุสุมา (นามสมมุติ),2558)

ส่วนนักวิชาการอีกรายหนึ่งแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ ระหว่างองค์การในเครือข่ายเดียวกัน ไว้ว่า...

“การเป็นพันธมิตรจะช่วยให้กลุ่มผู้ประกอบการสามารถขยายไปต่างประเทศ แต่ควร ศึกษากฎหมายระหว่างชาติกันให้ดีๆ และควรสร้างมาตรฐานให้เท่าเทียมกันระหว่างบริษัทคู่ค้ากับ บริษัทเรา” (กิตติยา (นามสมมุติ),2558)

การดำเนินธุรกิจในทุกวันนี้ ผู้ประกอบการต้องเผชิญความไม่แน่นอนทั้งภาวะเศรษฐกิจ และความมั่นคงทางการเมือง ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ พยายามให้องค์การเจริญเติบโต และสามารถขยายกิจการต่อไปโดยไม่พึ่งพาองค์การอื่น แต่ในยุค โลกาภิวัตน์การมีคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีเป็นปัจจัยหลักของกระบวนการทำงานด้านธุรกิจนำ เทียวที่สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการพัฒนาศักยภาพในตลาดใหม่ และมีการดำเนินงานธุรกิจเชิงรุกไป ในการขยายกิจการต่อไปได้ ซึ่งเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์วัฒนธรรมระหว่างชาติ เกิดจากความ ร่วมมือระหว่างองค์การที่เป็นคู่ค้าแลกเปลี่ยนข้อมูลความต้องการของลูกค้า มีแนวปฏิบัติใน การทำงานที่เป็นมาตรฐานอย่างเท่าเทียมกันระหว่างองค์การ โดยไม่เลือกปฏิบัติเพียงเพราะความ แตกต่างทางอัตลักษณ์ของชนชาติ อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของผู้ประกอบการไทยสามารถปรับตัวได้ ง่ายและมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานกับพันธมิตรธุรกิจ ด้วยอุปนิสัยของคนไทยที่ยังคงเป็น เอกลักษณ์ แม้ว่าอยู่ท่ามกลางสถานการณ์ที่ทวีความรุนแรง ดังนั้น การเรียนรู้การจัดการวัฒนธรรม ระหว่างชาติจึงเป็นบทบาทสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3. ด้านการจัดการฐานทรัพยากรจากสถานการณ์และบริบทที่เปลี่ยนแปลง ทำให้ภาครัฐ มีการขับเคลื่อนนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ ที่ดีของประเทศทั้งในการป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยให้มีความสะดวกในการเดินทางไป ยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีจุดอ่อนด้านความปลอดภัย ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลง รวมทั้งปัญหาฉ้อโกงแฝงตัวจัดตั้งบริษัทนำเที่ยวแบบไม่จด ทะเบียนธุรกิจ แล้วใช้ช่องทางกฎหมายหลอกลวงนักท่องเที่ยว เช่น การประกาศขายรายการนำ เทียวผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ภาครัฐมีมาตรการป้องกัน โดยให้สามารถตรวจสอบได้ที่

กรรมการท่องเที่ยวหรือบนสื่อออนไลน์ ดังนั้นระบบเทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญในสังคมปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับกระบวนการทำงานให้มีคุณภาพของการนำไปประยุกต์ในหลายๆ ด้าน ให้ประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ดังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของภาครัฐที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลทุกวันนี้พยายามสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวเมืองไทย โดยสร้างมาตรฐานความมั่นคงให้กับแหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย แต่สิ่งที่หน่วยงานฯ หนักใจมากที่สุดคือบริษัทนำเที่ยวเถื่อน เพื่อหลีกเลี่ยงภาษี เวลานักท่องเที่ยวมาเรียนก็จะไม่สามารถจะเอาผิดได้ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะพวกเขาเข้าถึงระบบเทคโนโลยีที่จะเข้าไปตรวจสอบว่าบริษัทเหล่านั้นมีอยู่จริงหรือไม่ ส่วนบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนก็หวังผลกำไรเป็นสำคัญที่สุด ไม่ได้ตระหนักถึงจรรยาบรรณเลย ถึงแม้เราจะออกกฎหมายมามากเพียงใด ก็แก้ปัญหาได้ยาก และเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อบริการ ต้องจดทะเบียนและนำเสนอขายบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง” (โชติช่วง (นามสมมุติ),2558)

“การสร้างแนวคิดใหม่ด้านเทคโนโลยีในการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานธุรกิจนำเที่ยว” (โชติคา (นามสมมุติ),2558)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย เป็นการส่งเสริมศักยภาพรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน ดังความคิดเห็นของนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ กล่าวไว้ว่า...

“มีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงไปประเทศเพื่อนบ้าน การให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งพยายามสร้างตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มาจำนวนมาก แต่ทางรัฐบาลขาดการควบคุมทรัพยากร เรามีกฎระเบียบแต่ก็บังคับใช้กับคนผิดไม่ได้ เช่น อุทยานเกาะตาชัย ทอดสมเรือทำให้ปะการังพัง” (ณัฐพร (นามสมมุติ),2558)

“การเชื่อมโยงของสถานที่ท่องเที่ยว ทางรัฐบาลบริหารจัดการยังได้ไม่ดี เพราะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่มีการส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์ให้ไปท่องเที่ยว ทำให้มีสายการบินไปยังภูมิภาคนั้นๆ น้อยมาก” (เกวลี (นามสมมุติ),2558)

ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบโครงสร้างพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยวอีกว่า...

“การปรับปรุงการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว ทางรัฐบาลให้การสนับสนุนเต็มที่ แต่เมื่อนักท่องเที่ยวใช้บริการ กลับไม่ได้อย่างที่คาดหวัง เพราะสิ่งที่ไม่ควรสร้างแต่ก็สร้างขึ้น มา โดยไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว” (ทิพวรรณ (นามสมมุติ),2558)

ในการบริหารจัดการฐานทรัพยากร ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมาย สิ่งเหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญในการผลักดันให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจ และให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว แต่ที่ผ่านมารัฐบาลไม่สามารถควบคุมฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่ง ยังขาดเสถียรภาพ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัดจากรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศ แต่ในขณะเดียวกันท่ามกลางสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนั้น ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยง

ระหว่างกัน ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านภูมิศาสตร์ของประเทศที่แวดล้อมหลายประเทศ ทั้งการเจรจาต่อรองทางการค้า และการลงทุนกับชาวต่างชาติ อีกทั้งการเติบโตของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในการบริหารจัดการฐานทรัพยากรของธุรกิจนำเข้าเที่ยว เพื่อที่วางแผนเชิงรุกในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวฐานใหม่เพิ่มขึ้น

สรุปได้ว่า การพัฒนาสู่การจัดการธุรกิจให้มีคุณภาพภายในองค์กรได้นั้น ผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ครอบคลุมด้านบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่อย่างครบวงจรตั้งแต่การสร้างสรรคงานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย และพร้อมที่จะปรับตัวให้อยู่รอด ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การท่องเที่ยวทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมในศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจให้มีความมั่นคงและยั่งยืนด้วยการยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงาน เนื่องจากการทำงานร่วมกับองค์กรอื่นนั้น ผู้ประกอบการต้องตั้งมั่นอยู่บนความสุจริต โปร่งใส มีจิตสำนึก และมีจริยธรรมทางธุรกิจ จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้มาใช้บริการบริษัทนำเข้าเที่ยว ขณะเดียวกันการดำเนินธุรกิจในทุกวันนี้ โดยเฉพาะธุรกิจนำเข้าเที่ยวต้องมีพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ช่วยให้ผู้ประกอบการเจาะกลุ่มฐานลูกค้าตลาดใหม่ และสร้างกลยุทธ์เชิงรุกในการขยายกิจการต่อไปในมาตรฐานการทำงานเดียวกัน ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมการทำงานจะมีความแตกต่างกัน และปรับปรุงสินค้าและบริการด้วยระบบบริหารจัดการฐานทรัพยากรที่มั่นคง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวภายในและภายนอกประเทศตลอดจนสร้างความแปลกใหม่ในการนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการต่าง ๆ เช่น ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ต้องมีความถูกต้องแม่นยำ และสามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความสะดวกรวดเร็วให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการใช้บริการครั้งแรกก่อนเดินทาง ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นของผู้ประกอบการที่จะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างเข้มแข็งในการก้าวเข้าสู่ความยั่งยืน จึงต้องพัฒนาการสร้างผลงานให้กับผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงระดับองค์กร

การพัฒนาการรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงาน ที่มีผลต่อขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยวของผู้ประกอบการ

การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวให้เป็นผู้มีความสามารถในการแข่งขันในการจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยวทั้งในระดับประเทศระดับภูมิภาคและระดับโลกได้นั้นควรศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมสร้างผลงานของผู้ประกอบการในระดับต่างๆ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพให้พร้อมที่จะแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถ และมีบุคลิกภาพที่กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จอย่าง

มากโดยผู้ประกอบการจะต้องพยายามเข้าใจบทบาทในพฤติกรรมที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้มากขึ้น เพราะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงาน จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรในองค์กรซึ่งผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ด้านบุคลิกภาพ เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพงานบริการ เพราะบุคลิกภาพที่ดีจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ และสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลักษณะอุปนิสัยของคนไทยที่มีความเต็มใจในการให้บริการเป็นจุดแข็งของการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นในสายตาของนักท่องเที่ยว เป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ได้รับการแพร่หลายไปทั่วโลก ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“บุคลิกภาพของผู้ประกอบการไทย สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างชาติได้สบายๆ เพราะเชื่อว่าการบริการของคนไทยไม่แพ้ชาติใดในโลก เนื่องจากด้วยลักษณะนิสัยที่มีความนอบน้อม และมีความเป็นกันเองอยู่แล้ว” (ชูศักดิ์ (นามสมมติ),2558)

“ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรปรับปรุงบุคลิกภาพภายนอกให้เอื้ออำนวยต่องาน เพื่อให้เกิดความเชื่อถือนักท่องเที่ยวมากขึ้น” (สุมาลี (นามสมมติ),2558)

ส่วนกลุ่มนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า...

“บุคลิกภาพของผู้ประกอบการควรมีความน่าเชื่อถือ เพราะงานด้านธุรกิจนำเที่ยวเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าจึงต้องมีความมั่นใจในการทำงาน ด้านนี้สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ” (สมบุญ (นามสมมติ),2558)

พัฒนาการของบุคลิกภาพเป็นผลซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และฝึกหัดจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้ประกอบการ และเป็นตัวกำหนดทิศทางกรดำเนินธุรกิจ จากกระบวนการทางสังคมไทย ทำให้บุคลิกของผู้ประกอบการมีความนอบน้อม อุดม ยึดหยุ่นสูง เป็นคนปฏิสัมพันธ์ดี ทำให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ โดยเฉพาะการมีศิลปะในการสื่อสารที่เหมาะสมและถูกกาลเทศะกับนักท่องเที่ยวในแต่ละชนชาติ มีการทำงานที่กระตือรือร้น มุ่งมั่นตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถอยู่ตลอดเวลา แต่ผู้ประกอบการจะไม่นิยมการเผชิญหน้า หลีกเลียงความขัดแย้งกับผู้อื่น ส่วนบุคลิกภาพภายนอกนั้นต้องแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ถูกต้องและเหมาะสมกับงาน เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ

1.2 ด้านการจูงใจเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการบริหารงานให้บรรลุตามเป้าหมาย เพราะผู้ประกอบการจะต้องทำงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยอาศัยบุคลากรในองค์กรซึ่งพวกเขาเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจโดยการทำงานกับความรู้สึกรักของคนให้ปฏิบัติอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานในการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเป้าหมาย และการจูงใจก่อให้เกิดความก้าวหน้าที่กับบุคลากรในองค์กร ทั้งนี้จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่กล่าวถึงประเด็นนี้ ได้แก่

“ผู้ประกอบการสามารถสร้างการจูงใจให้เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคลากร เพราะเป็นกระบวนการจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างหนึ่ง รวมไปถึงกระตุ้นให้เห็นเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ชัดเจน” (ดร.ณิ (นามสมมติ),2558)

“ควรสร้างกำลังใจในการทำงาน เอาใจเขามาใส่ใจเราทั้งบุคลากรและนักท่องเที่ยว”
(ขวัญหทัย (นามสมมุติ),2558)

ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอีกรายหนึ่งให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการ
จูงใจ มีผลต่อการสร้างสรรค์กลยุทธ์ใหม่ๆ ในการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ไว้ว่า...

“การสร้างการจูงใจให้บุคลากรจะช่วยให้พวกเขาสรรหากลยุทธ์หรือวิธีการใหม่ๆ
มาปรับปรุงในบริษัท เพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานได้” (พีชรินทร์ (นามสมมุติ),2558)

การสร้างการจูงใจให้กับบุคลากรในองค์การเกิดความรู้สึกที่อยากจะทุ่มเททำงาน
ด้วยความเต็มใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรต้องให้ความไว้วางใจคนร่วมงานทำให้มีกำลังใจและเกิด
ความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น ซึ่งจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มาจูงใจ โดยในการปฏิบัติงาน
อย่างเต็มกำลังความสามารถจะส่งผลให้งานนั้นประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย เป็นอีกปัจจัย
ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจนำเที่ยวมีการแข่งขันสูง ดังนั้น
ผู้ประกอบการต้องตระหนักว่า พนักงานทุกคนคือกำลังสำคัญในการที่จะปฏิบัติ และร่วมนำพา
องค์การให้อยู่รอดในยุคแห่งการแข่งขันนี้ จะส่งผลต่อการจูงใจให้นำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการ
ทำงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.3 ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง เป็นการพัฒนามาจากประสบการณ์โดยตรง
ของผู้ประกอบการที่จะช่วยให้เขามีความเชื่อมั่นในการแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งการรับรู้
ความสามารถในตนเองนี้จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งแบบแผนการคิดที่สามารถ
ส่งเสริมหรือทำลายผลการปฏิบัติงานได้ เพราะจะเป็นเรื่องยากมากถ้าผู้ประกอบการจะเป็นคนที่
ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน แต่ยังคงมีความสงสัยในความสามารถของตนเองอยู่ โดย
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความคิดเห็นในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่

“สิ่งที่กำหนดการรับรู้ความสามารถของตนเองได้ ต้องสร้างความน่าเชื่อถือใน
ความสามารถของผู้ประกอบการ เรียกความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบันนี้
นักท่องเที่ยวเลือกซื้อบริการบริษัททัวร์ แต่ก็กังวลในมาตรฐานของการให้บริการของบุคลากรบริษัท
เช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีความอดทน และเชื่อว่าตนเองมีความสามารถไม่ทอดทิ้ง ต้องคอย
ไปหาลูกค้าเก่าที่ซื้อบริการประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจ ความเชื่อใจในความสามารถของ
ผู้ประกอบการกลับคืนมา และจะประสบความสำเร็จ” (สมพงษ์ (นามสมมุติ),2558)

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายหนึ่งให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการ
วิเคราะห์ตนเอง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความสามารถของตน ได้กล่าวว่า...

“ตัวผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องวิเคราะห์ข้อดี-ข้อด้อยของตนเอง และพร้อม
ที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ให้มีศักยภาพมากขึ้น” (ธัญกร (นามสมมุติ),2558)

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ ทุ่มเทเพื่อให้งานที่
รับผิดชอบสำเร็จลุล่วงไปด้วยความมุ่งมั่นอดทน มีความเพียรพยายามไม่ย่อท้อเมื่อประสบปัญหาใน
การปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ทำงานด้านบริการยังต้องใช้ความยืดหยุ่นสูง เพราะ
ต้องแสดงศักยภาพความสามารถตนเองให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและความไว้วางใจในการ
ใช้บริการ อีกทั้งยังต้องรู้จักการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเองให้ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ โดยใช้
การรับรู้ความสามารถของแต่ละคนที่ผ่านการฝึกฝนจากประสบการณ์ที่ผ่านมาที่แตกต่างกันไป จึง

ต้องพิจารณาทั้งทักษะและความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถใช้ทักษะเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการรับรู้ใน พฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ทั้งในด้านบุคลิกภาพที่เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญ อย่างยิ่ง ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความกระตือรือร้น กล้าริเริ่มในการ แสวงหาความรู้ใหม่ๆ มุ่งมั่นตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถอยู่ตลอดเวลา ส่วนด้านการจูงใจ เป็น อีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถอันจะส่งผลให้งานนั้น ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย อีกทั้งในด้านการรับรู้ความสามารถในตนเองนั้นต้องพัฒนา มา จากประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง ทำให้ผู้ประกอบการนั้นเกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ ปัญหาต่างๆ ซึ่งมีบทบาทความสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

2. การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม เนื่องจากผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการที่พนักงานได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกัน เป็นทีมอย่างชัดเจน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์การอย่างมาก ในขณะที่ผู้ประกอบการมีการรับรู้ใน พฤติกรรมการสร้างผลงานด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มกลับพบว่า พนักงาน ในองค์การมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่างๆ จึงไม่สามารถ เสริมสร้างให้เกิดขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมระดับกลุ่ม มี บทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์การ ซึ่งย่อมมีผลกระทบต่อ การปฏิบัติงาน ซึ่งผล การวิเคราะห์เชิงคุณภาพสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความ ชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า เป็นปรากฏการณ์ที่มักเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาในทุกๆ องค์การที่อยากจะทำให้งานได้ มักเป็นเรื่องของ การเข้าใจหรือมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกันของกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ทั้งในด้านทัศนคติ ความ เชื่อ ประสบการณ์ หรือความต้องการที่แตกต่างกัน อันส่งผลให้เกิดการขาดความร่วมมือในการทำงาน การสื่อสารบิดเบือน จะทำให้มีการแข่งขันและการแก่งแย่งชิงดีชิงเด่นกัน สามารถนำไปสู่ความขัดแย้ง ให้เกิดขึ้นได้ ในการที่จะให้บุคลากรมาทำงานร่วมกันนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้บุคลากรเข้าใจว่า ความขัดแย้งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ดี ภายในองค์การ ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่

“ลักษณะการประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะมีความคล้ายคลึงกัน จึงทำให้ไม่มีความ ขัดแย้งระหว่างกัน” (พรศรี (นามสมมุติ),2558)

“บุคลากรที่ทำงานในส่วนของประสานงานด้านทัวร์ (tour operation) ก็มีจะการ แข่งขันกันบ้าง จะไม่ค่อยประสานงานกันเท่าที่ควร เหมือนต่างฝ่ายต่างทำหน้าที่ของตนเอง แต่ก็ กระทบกระทั่งกันเล็กน้อย สามารถบริหารจัดการกันได้ เพราะบุคลากรมีจำนวนน้อย มีการ บริหารงานกันแบบครอบครัว” (วลัยพร (นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้กลุ่มนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มในเชิงบวก กล่าวว่า ...

“การจัดการความขัดแย้ง ในธุรกิจนี้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมกันได้ แต่ถ้าการบริหารจัดการเป็นราบเรียบ เป็นปกติ ก็น่ากลัวเกินไป เพราะอาจจะไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์ ต้องมีการปะทะกันบ้าง เพื่อเป็นพลวัต (dynamic) ในการตอบสนองนักท่องเที่ยว” (วรพจน์ (นามสมมุติ),2558)

องค์การทุกองค์การย่อมเป็นศูนย์รวมของคนที่มีจำนวนมากมาทำงานร่วมกัน ภายใต้พันธกิจของผู้ประกอบการ ดังนั้น ย่อมต้องพบปัญหาความขัดแย้งซึ่งกันและกัน อาจเนื่องมาจากผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือแนวความคิดที่มีความแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนความขัดแย้งให้เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาได้ในกระบวนการทำงานภายในองค์การ แต่ผู้ประกอบการต้องสามารถควบคุมความขัดแย้งให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมต่อการบริหารบุคคล ซึ่งจะทำให้องค์การเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และทุกคนต้องประสานความเข้าใจและให้ความร่วมมือกัน นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยว มีจำนวนพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจมีปัญหาคัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยผู้ประกอบการสามารถจัดการปัญหาเหล่านั้นได้

2.2 ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ลักษณะการทำงานจะต้องมีการร่วมมือกับบุคลากรในองค์การให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าเป็นการทำงานร่วมกันของบุคลากรภายในองค์การที่มีเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญอย่างยิ่งในการนำไปพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเพิ่มประสิทธิผลของการทำงานเป็นทีม ที่จะมีบทบาทสำคัญในการนำไปสู่ความสำเร็จของงาน โดยต้องอาศัยความร่วมมือของทุกคนในองค์การ ดังที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความคิดเห็นสอดคล้องถึงประเด็นนี้ ได้แก่

“เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวนี้นั้น เป็นธุรกิจที่ใช้จำนวนคนไม่มากนัก ดังนั้นการอยู่ร่วมกันของบุคลากรในองค์การสามารถที่จะแข่งขันได้” (พิพิธ (นามสมมุติ),2558)

“บุคลากรในธุรกิจนำเที่ยวนั้นทำงานร่วมกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน” (ประภา (นามสมมุติ),2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มสมาคมฯ (ภาคเอกชน) แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมให้ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับทักษะความสามารถอีกด้วยว่า...

“ถ้าหนึ่งในของบุคลากรในทีมขาดทักษะ ก็จะขาดความเป็นมืออาชีพ อย่างเช่นบุคลากรที่ทำฝ่ายประสานงานทัวร์ (operation) ขาดทักษะในการต่อรองสินค้า หรือมีคหุเทศก์พูดภาษาชนชาตินักท่องเที่ยวไม่ได้ หรือบริษัทจ้างหัวหน้าทัวร์ที่ผิดตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวฯ ก็ทำให้ถูกดำเนินการจับกุม ก็จะขาดประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม (สุเทพ (นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านธุรกิจนำเที่ยว ไว้ว่า...

“บุคลากรในสายงานนี้ช่วยกันแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี ทุกๆ เข้าต้องลงปฏิบัติหน้างาน และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในแต่ละสถานการณ์ตลอดเวลา อีกทั้งเมื่อเวลาจบทริปต้องสรุปประเมิน

จากการให้บริการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้การทำงานในลักษณะนี้ต้องใช้ความเป็นทีมงานอยู่ในระดับสูง” (องอาจ (นามสมมุติ),2558)

การทำงานร่วมกันเป็นทีม เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างประสิทธิผลในการทำงาน โดยเฉพาะกระบวนการทำงานธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นงานบริการ โดยมีระบบการทำงานที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ต้องคอยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยสติปัญญา ความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญจากบุคลากรทุกฝ่ายมาช่วยกันปฏิบัติภารกิจวางแผนจัดนำเที่ยวและร่วมกันประสานงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นแผนกจอง แผนกจัดนำเที่ยว แผนกบัญชี หรือแผนกมัคคุเทศก์ ฯลฯให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ดังนั้นกระบวนการทำงานธุรกิจนำเที่ยวที่มีการบริหารธุรกิจแบบครอบครัว จึงทำให้มีการจ้างพนักงานประจำค่อนข้างน้อย เพื่อให้ทุกคนเข้ามาช่วยกันคิดแก้ปัญหาอย่างทันที่เกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยว แต่ถ้าในธุรกิจนำเที่ยวมีจำนวนพนักงานประจำมาก อาจทำให้ไม่เกิดความคล่องตัวในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นภายในองค์กรได้

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับกลุ่ม ทั้งในด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่มักเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลาในทุกๆ องค์กร แต่ในส่วนธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจมีปัญหาคัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยผู้ประกอบการสามารถจัดการปัญหาเหล่านั้นได้ ส่วนในด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม เป็นกระบวนการสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่องด้านงานบริการ บุคลากรทุกฝ่ายทำงานร่วมกันประสานงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบและมีความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยสติปัญญา ความรู้ความเชี่ยวชาญจากผู้ประกอบการและบุคลากรมาช่วยกันทำงานให้เกิดประสิทธิผล สิ่งเหล่านี้สามารถพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้กับผู้ประกอบการต่อไป

3. การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับองค์กร เนื่องจากผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ในการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยว/การบริการใหม่ๆ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของเครือข่ายองค์กรและได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งภายในประเทศ ทำให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างมาก ยกเว้นข้อความด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและด้านสภาพแวดล้อมองค์กรในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุนพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับน้อยเท่านั้น ทั้งนี้อาจเนื่องจาก บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานที่แข่งขันกันเพื่อให้ได้รับผลสำเร็จภายในองค์กร ในการศึกษาพฤติกรรมสร้างผลงานในระดับองค์กร มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน ซึ่งผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เนื่องจากการเรียนรู้ได้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญในธุรกิจปัจจุบัน และถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การที่ต้องให้ความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจแต่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมักขาดการค้นคว้าหาความรู้ในวงกว้าง ดังที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความคิดเห็นสอดคล้องถึงประเด็นนี้ ได้แก่

“ผู้ประกอบการยังขาดการค้นคว้าหาความรู้ เพราะส่วนใหญ่คนไทยคิดว่า เรามักพอใจในสิ่งที่มี ซึ่งเป็นนิสัยของคนไทย แต่กลายเป็นปัญหาในการสร้างความรู้ ภาครัฐก็ไม่ค่อยสนับสนุนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเท่าไรนัก จึงไม่สามารถสร้างให้มีภาวะผู้นำอย่างกว้างขวาง” (สมหวัง (นามสมมุติ),2558)

“ภาครัฐเน้นแต่จำนวนนักท่องเที่ยว แต่ไม่ได้เน้นศักยภาพของผู้ประกอบการ อยากให้ภาครัฐมีความกระตือรือร้นในการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากต่างประเทศเพื่อมาอบรมให้กับผู้ประกอบการ และมีการติดตามผลอย่างจริงจัง เพราะที่ผ่านมาแต่การอบรมภาษาต่างประเทศที่ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารได้ แต่กลยุทธ์ในการแข่งขันยังขาดแคลนอีกมาก” (ทรงพล (นามสมมุติ), 2558)

“การอบรมเป็นการพัฒนาให้บุคลากรในธุรกิจนำเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้ โดยผู้ประกอบการต้องกระตุ้นและสนับสนุนให้มากขึ้น” (สุดจิตร (นามสมมุติ),2558)

“ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ในการปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับสถานที่และให้เข้ากับวัฒนธรรมไทย เพื่อจะได้ไม่เกิดความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน” (พรศรี(นามสมมุติ),2558)

ส่วนนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ประยุกต์กับการปฏิบัติงานธุรกิจนำเที่ยว ไว้ว่า...

“ต้องทันเหตุการณ์ โดยประยุกต์ใช้ความรู้ให้ตรงประเด็นต่อการแก้ปัญหาของแต่ละสถานการณ์” (สมพงษ์ (นามสมมุติ),2558)

“การเรียนรู้ของผู้ประกอบการมาจากประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดี และเข้ารับการอบรมพัฒนาตนเองทั้งในรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce), ภาษาต่างประเทศ ฯลฯ” (ประภาศรี (นามสมมุติ),2558)

องค์การที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ จะทำให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน โดยต้องอาศัยบุคลากรในองค์การที่ต้องร่วมกันสร้างความเข้าใจและเตรียมรับการเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งจะเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ เพื่อจะได้ใช้ทักษะเหล่านี้แสวงหาความรู้ใหม่ และสร้างความเข้าใจที่ตรงกันให้ทันต่อเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้เปรียบเสมือนใบเบิกทางในการริเริ่มสร้างสรรค์องค์การให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากสามารถนำมาปรับใช้ในการบริหารงานได้อย่างเหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการไทยที่ยังขาดความเข้าใจและทักษะในด้านการตลาดเชิงรุก ทำให้เสียเปรียบทางการแข่งขันธุรกิจได้ง่ายดังนั้นหน่วยงานภาครัฐเป็น

บทบาทสำคัญในการทำหน้าที่สนับสนุนและคอยประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้ยั่งยืน

3.2 ด้านวัฒนธรรมองค์การเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กระบวนการดำเนินงานมีความก้าวหน้าและส่งผลให้องค์การได้รับความเชื่อถือจากสังคม โดยเฉพาะสังคมไทยเป็นชาติที่รักอิสรเสรีภาพ เหตุเพราะจากการนับถือศาสนาพุทธที่เป็นศาสนาแห่งอิสรภาพ ทำให้ผู้ประกอบการไทยมีอุปนิสัยที่สามารถปรับตัวได้ง่ายกว่าชาติอื่นๆ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวต่างชาติยอมรับ ซึ่งมีความยืดหยุ่นและคล่องตัวที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจในการสร้างสรรค์พัฒนางานใหม่ ๆ จึงควรมีโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์(matrix) ซึ่งบุคลากรในองค์การทุกคนต้องทำงานที่หลากหลายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในองค์การให้มีมาตรฐาน ทำงานกระฉับกระเฉง ได้รับความไว้วางใจ สร้างภาพพจน์ที่ดีอันนำมาซึ่งชื่อเสียง เกียรติยศและความก้าวหน้าในระยะยาวขององค์การตั้งที่นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“โครงสร้างองค์การควรกระจายอำนาจให้เป็นแบบเมทริกซ์ให้พนักงานมีการทำงานเป็นทีม เพื่อที่จะได้สามารถตัดสินใจได้ง่ายและไวต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะทุกวินาทีสำคัญสำหรับงานบริการ เช่น องค์การบริการแห่งหนึ่งของไทย มีวัฒนธรรมองค์การที่ใหญ่พนักงานบริการมีความเชิงซ้ำ ซึ่งไม่ได้ตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างแท้จริง พวกเขาไม่ได้มาดูแลความหน้าตาดีของพนักงาน แต่สิ่งที่ลูกค้าต้องการคือความปลอดภัย และตรงเวลา” (นพชัย (นามสมมุติ),2558)

“วัฒนธรรมในธุรกิจนำเที่ยวนั้น หัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนมีจิตใจในการบริการ” (โสภณ (นามสมมุติ),2558)

“วัฒนธรรมองค์การของไทยเรานั้นส่วนใหญ่เน้นถือศาสนาพุทธ ซึ่งมีความได้เปรียบในการปรับตัวได้ง่ายกว่าชาติอื่นอยู่แล้ว” (พรทิพย์ (นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวกล่าวถึงเอกลักษณ์ของความเป็นคนไทยไว้ว่า...

“วัฒนธรรมองค์การของผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่มีการเคารพซึ่งกันและกันและกันและให้เกียรติกันอยู่แล้ว ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประทับใจ” (วันชัย (นามสมมุติ),2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มภาครัฐวิสาหกิจ กล่าวว่า...

“วัฒนธรรมของผู้ประกอบการไทย ไม่มีวิธีการทำงานที่จะให้ผลประโยชน์กันเป็นกลุ่ม หรือเป็นเครือข่าย ก็จะมีเห็นมีแต่การแก่งแย่งชิงดีชิงเด่นกัน” (ทรงเกียรติ (นามสมมุติ),2558)

วัฒนธรรมองค์การ เป็นแบบแผนขององค์การที่มีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยมีโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ เป็นพื้นฐานการดำเนินงานที่บุคลากรทุกคนต้องร่วมแรงร่วมใจทำหน้าที่หลากหลายบทบาท ซึ่งสามารถช่วยให้การทำงานเสร็จทันเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ เพราะโครงสร้างนี้เป็นการทำงานไม่ซับซ้อน ซึ่งเหมาะสมกับธุรกิจนำเที่ยวที่มีขนาดธุรกิจครอบครัว เป็นกระบวนการทำงานที่ต้องอาศัยความคล่องตัวในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และทุกฝ่ายต้องคอยประสานงานกันอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งทุกคนในองค์การต้องเต็มใจในการให้บริการ มีจิตใจอดทน เอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา แต่ในปัจจุบันนี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

กำลังเผชิญกับอุปสรรคนั้น เนื่องจากพฤติกรรมส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการไทยไม่นิยมทำงานรวมกลุ่มกัน และขาดการร่วมมือประสานงานกัน ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นจึงเกิดการชิงดีชิงเด่น แข่งขันทางธุรกิจกันเอง ไม่หลอมรวมให้กลายเป็นวัฒนธรรมองค์การเดียวกัน จึงไม่ค่อยประสบความสำเร็จทางธุรกิจ

3.3 ด้านนวัตกรรมองค์การ ในการดำเนินธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์ ถือได้ว่าการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งนี้มาจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก จึงทำให้ผู้ประกอบการทั่วโลกต้องตื่นตัวมากขึ้น ด้วยการนำนวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารองค์การ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ ความคิดมาผสมผสานกับความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยรัฐบาลมีส่วนสนับสนุนและผลักดันในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ตามความต้องการของตลาด เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ดังที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความคิดเห็นสอดคล้องถึงประเด็นนี้ได้แก่

“นวัตกรรมตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รัฐบาลเป็นส่วนสำคัญในการช่วยสร้างสรรค์ให้ตรงตามความต้องการของตลาดด้วยงบประมาณด้านการท่องเที่ยว เพราะทุกวันนี้มีแต่แหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมลงไปเรื่อยๆ โบราณสถานบางแห่งก็รักษาไว้ไม่ได้ และบางแห่งก็สร้างกันมาแบบผิดๆ ซึ่งชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวแต่ไม่ต้องการชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เลียนแบบมาจากต่างประเทศ แต่ไม่ได้ขายความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย (Thainess) แม้แต่ผู้ให้บริการก็ยังไม่เข้าใจคำว่า “ไทย” ขาดความภูมิใจที่ต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์” (นพชัย (นามสมมุติ), 2558)

“สมัยก่อนการจ้ดนำเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในประเภทเที่ยวต่างประเทศจะสร้างกำไรค่อนข้างมาก แต่ทุกวันนี้จะได้กำไรเพียงน้อยนิด บางทริปแทบไม่คุ้มค่ากับการจัดทัวร์ ส่วนประเภทเที่ยวในประเทศแทบจะขายไม่ได้ เพราะนักท่องเที่ยวสมัยใหม่นิยมเที่ยวกันเองทำให้บริษัทที่ทำทัวร์ภายในประเทศหันมาทำประเภทเที่ยวต่างประเทศกันหมด แล้วก็มาแย่งชิงกันด้วยการตัดราคา และเน้นการแวะร้านขายของที่ระลึกเพื่อให้ได้ค่านายหน้าเพื่อทดแทนราคาที่ได้ตัดไป ในขณะที่บางบริษัทจะขายราคาแพง แต่ก็จะไม่แวะร้านเหล่านั้น เพื่อที่จะเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวไปให้คุ้มค่า และสุดท้ายนักท่องเที่ยวก็เลือกราคาที่ถูกกว่า ทำให้มีข่ากันเองในปัจจุบันนี้” (ชาติชัย (นามสมมุติ), 2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของภาครัฐ แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบที่ไม่ก่อให้เกิดศักยภาพในธุรกิจนำเที่ยวอย่างยั่งยืนได้กล่าวว่า...

“ผู้ประกอบการเองก็ทำอะไร ให้ง่าย โดยไม่ได้ใส่ใจนโยบายการท่องเที่ยวว่า ได้ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอะไรบ้าง จนทำให้มีการขายสถานที่ท่องเที่ยวเดิมๆ ซ้ำๆ จนกระจุกตัว และไม่ทำตามกฎระเบียบตามสถานที่ ไม่ยอมเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวใหม่และต้องตระหนักมูลค่าของสินค้าที่นำเสนอมายาวไป ด้วยค่านึงถึงกำไรให้น้อยลง มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น อีกทั้งการประสานงานตามแหล่งชุมชน โดยให้คนท้องถิ่นได้รับรายได้ที่แท้จริงจากบริษัททัวร์ โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางจะดีกว่า” (อรทัย (นามสมมุติ), 2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของสมาคมฯ (ภาคเอกชน) กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนวัตกรรมองค์กร และการมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักจริยธรรมทางธุรกิจอันนำไปสู่ความยั่งยืนไว้ว่า...

“ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสถานที่ท่องเที่ยว แต่ว่าเมืองไทยเรานักท่องเที่ยวที่ด้วยคุณภาพมา ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเราเสียหาย สิ่งที่จะสามารถสร้างมูลค่าได้ผู้ประกอบการต้องสร้างแคมเปญขึ้นมาตามกระแสการท่องเที่ยว และต้องทำส่วนผสมทางการตลาดให้ดี อย่างเช่น มีฝรั่งมาทำทัวร์ local alike เป็นการท่องเที่ยวชุมชนที่สร้างนวัตกรรมให้แตกต่างจากบริษัทอื่น อีกทั้งทุกทริปที่เขาทำได้จะแบ่งเงินสร้างผลประโยชน์ให้กับคนในสังคมด้วย เป็นที่น่าชื่นชมมาก” (นียดา (นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้ภาคเอกชนอีกรายหนึ่งได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่เอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ไว้ว่า...

“รัฐบาลนำเสนอขายการท่องเที่ยวในแต่ละปี ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวก็ไม่ค่อยได้สนใจเท่าที่ควร เพราะการประสานงานระหว่างรัฐกับเอกชนยังไม่ค่อยเต็มที่ โดยเฉพาะการออกนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ภาครัฐควรมีความชัดเจนว่าจะส่งเสริมหรือต้องการควบคุมกันแน่ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวออกกฎระเบียบมาว่า คนไม่มีบัตรไคต์ต้องโทษคดีอาญา ก็กลายเป็นเหยื่อของข้าราชการบางคนเรียกร้องของมีค่าจากคนพวกนี้ ถึงแม้ว่าจะมีการเชิญกลุ่มผู้ประกอบการไปเข้าร่วม แต่ก็ไม่ได้นำความคิดเห็นเอาไปใช้ ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านนี้ต้องมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวให้ดีพอ” (สมนึก(นามสมมุติ),2558)

ส่วนนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ไว้ว่า...

“มีบริษัทจำนวนน้อยที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพราะทุกวันนี้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเที่ยวแบบการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) อย่างเช่น บางแห่งนำเรือนจำร้างมาสร้างเป็นโรงแรม ห้องทำงานผู้คุมนักโทษเป็นห้องสวีท ซึ่งผู้ประกอบการทัวร์ต้องมีความคิดที่แปลกใหม่ เช่น นำชมเรือนจำที่ได้รับการอนุญาต ชาวต่างชาติจะชอบอะไรแปลกๆ” (เบญจวรรณ (นามสมมุติ),2558)

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างดี โดยเฉพาะประเภทนำเที่ยวต่างประเทศ จึงทำให้มีบริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นมากมาย และเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง จึงทำให้เกิดกลยุทธ์การตัดราคาคือ การลดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง เพื่อทำให้ยอดขายเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่กลยุทธ์เหล่านี้จะทำให้วินิฉัตรกรรมการท่องเที่ยวไม่มีคุณค่า และเกิดผลกระทบทางลบกับประเทศไทย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีความรู้ ความเข้าใจการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวในการนำมาปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งผู้ประกอบการต้องพยายามให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยนวัตกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในประเทศไทย อีกทั้งควบคู่ไปกับการบริการที่เป็นมิตร ในการช่วยสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร แต่การเข้ามาใช้สถานที่ท่องเที่ยวอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือขาดการจัดการที่ดีของ

หน่วยงานรัฐบาล ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่เป็นจุดแข็งของไทย ดังนั้นการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกลางในการกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยวในการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นบทบาทสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายในการปรับปรุงกฎหมายที่ยังเป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นการผลักดันและทบทวนตัวบทกฎหมายให้มีความทันสมัยและต้องสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยจึงควรให้ความสำคัญอย่างมาก โดยรัฐบาลต้องส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อเป็นเกราะป้องกันให้กับผู้ประกอบการไทยมีความแข็งแกร่งที่จะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

3.4 ด้านเครือข่ายองค์การการรับรู้และความเข้าใจที่ตรงกันทำให้เครือข่ายธุรกิจดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง เพราะหัวใจของกระบวนการทำงานในธุรกิจนำเที่ยวคือ การประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างองค์การ แต่ถ้ามองปัญหาไปคนละทิศละทางนั่นคือ ความล้มเหลวทางธุรกิจดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรรวมตัวกันเป็นเครือข่าย ที่จะสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ ดังที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความคิดเห็นสอดคล้องถึงประเด็นนี้ ได้แก่

“ผู้ประกอบการควรรวมตัวโดยใช้สมาคมด้านธุรกิจนำเที่ยวต่างๆ เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาในการขับเคลื่อนธุรกิจไปด้วยกัน เพราะทุกวันนี้การประชุมของสมาคมฯ จะเสวนากันแต่เรื่องเดิมๆ” (กิตติศักดิ์ (นามสมมติ),2558)

“ธุรกิจเครือข่ายการท่องเที่ยว ควรมีการรวมตัวกัน เช่น ถ้ามีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยไม่สามารถให้บริการได้ ก็ควรส่งให้บริษัทเครือข่ายดีกว่า แล้วได้ค่าตอบแทนในรูปแบบค่านายหน้าดีกว่ามาดำเนินการเอง อาจขาดทุน เพราะในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการกำลังประคองให้บริษัทอยู่รอด และหวังว่าช่วงฤดูการท่องเที่ยว จะสามารถฟื้นคืนกลับมาได้ แต่รอมาหลายปีละ ส่วนใหญ่จะมีเหตุการณ์ในช่วงนี้ ทำให้นักท่องเที่ยวยกเลิกการจองทัวร์” (กิตติโชติ (นามสมมติ),2558)

นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของสมาคมฯ (ภาคเอกชน) ให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐกับการเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจนำเที่ยวไว้ว่า...

“การเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน ควรมีการทำความร่วมมือกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน เช่นโครงการ CLMV และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละประเทศร่วมกันแบบพันธมิตร แต่เมื่อเปิดประเทศแล้ว ผู้ประกอบการไทยจะมีปัญหาเรื่องการสื่อสารภาษาที่ 3 อาจทำให้เป็นอุปสรรคในการทำธุรกิจ” (โสภา (นามสมมติ),2558)

“ผู้ประกอบการควรต้องอาศัยเครือข่ายในการทำธุรกิจ ไม่สามารถอยู่ได้อย่างโดดเดี่ยว ถ้าจะสามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ก็จะมีแต่ผู้ประกอบการที่มีเครือข่ายการท่องเที่ยวครบวงจรเองนั่นแหละ และรัฐบาลประกาศว่านโยบายว่า ไทยเป็นเจ้าภาพการท่องเที่ยว แต่ตัวผู้ประกอบการไทยเองจะอยู่ไม่รอดเพราะตลาดทำลายตลาดกันเอง แต่สุดท้ายก็ปล่อยให้นักลงทุนต่างชาติมาตักตวงความเป็นไทยออกไป (ควรจะเป็น more for less แต่การท่องเที่ยวทุกวันนี้กลับ less for more) ยิ่งรัฐบาลไปประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเศรษฐกิจไม่ดี จึงต้องเน้นจำนวนนักท่องเที่ยวมาก แล้วทรัพยากรการท่องเที่ยวก็ถูกทำลายไปมาก ดังนั้น เราควรพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อรักษา

นักท่องเที่ยวตลาดยุโรปเอาไว้ อีกทั้งควรปราบปรามให้ทัวร์ศูนย์เหรียญให้หมดสิ้น เพราะเป็นธุรกิจที่มีการขนขวายหาเงินในทางที่ผิดกฎหมาย ซึ่งทุกวันนี้ประเทศไทยมีแต่นักท่องเที่ยวที่ด้อยคุณภาพมากกว่านักท่องเที่ยวคุณภาพ” (ยีนยง (นามสมมุติ),2558)

ส่วนนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างพันธมิตรในการทำกิจการร่วมค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยนั้นอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขัน ได้กล่าวว่า...

“บริษัททัวร์ควรมีเครือข่าย เพราะการแข่งขันทางธุรกิจไม่ได้จำกัดอยู่ภายในประเทศเราเท่านั้น จึงควรสร้างพันธมิตรในการยอมรับและเรียนรู้ เพื่อทำกิจการร่วมค้า (joint venture) ให้เราได้มีศักยภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะในการเปิดอาเซียน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องสร้างความเข้มแข็งเป็นเกราะป้องกันกลุ่มนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาถือหุ้นแบบนอมินีเพื่อหลีกเลี่ยงกฎหมาย” (ประภัสสร (นามสมมุติ),2558)

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงของเศรษฐกิจและการเมืองที่มีความผันผวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้รับผลกระทบจากวิกฤติดังกล่าว ดังนั้นทางออกของการแก้ปัญหาในขณะนี้คือ ผู้ประกอบการควรรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ สร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า การกำหนดราคาเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง หลังจากนั้นควรมองหาโอกาสช่องทางการทำตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะการทำธุรกิจกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างเช่น กลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ซึ่งมีสภาพสังคมวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศไทย ทั้งเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ และค่าจ้างแรงงานที่ไม่สูงนัก โครงการเปิดเสรีด้านการค้า/บริการภายใต้เขตการค้าเสรี จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของกลุ่มนักลงทุนต่างชาติ ส่วนผู้ประกอบการไทยสามารถที่จะเสริมสร้างศักยภาพให้มีความพร้อมสามารถเชื่อมโยงธุรกิจได้โดยอาศัยความใกล้ชิดจากกลุ่มประเทศเหล่านี้ ด้วยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้กับผู้ประกอบการสร้างกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจอย่างยั่งยืน รักษามาตรฐานคุณภาพการบริการให้ผู้รับบริการประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3.5 ด้านสภาพแวดล้อมองค์การ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา โดยรัฐบาลมุ่งเน้นการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และเพื่อเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ อีกทั้งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ดังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของภาครัฐ สอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“หน้าที่ของภาครัฐคอยส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ในแต่ละภูมิภาค อีกทั้งการออกบูชเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ซึ่งจะเน้นธุรกิจนำเที่ยวเป็นหลักมา โดยสองวันแรกจะเชิญ travel agent จากต่างประเทศมาเจรจาทำกิจการร่วมค้ากันกับผู้ประกอบการไทย ส่วนอีกสองวันจะให้ขายตรงกับนักท่องเที่ยว” (สยาม (นามสมมุติ),2558)

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวกล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบการบริหารของภาครัฐว่า...

“รัฐบาลทุกสมัยจะเน้นเรื่องการท่องเที่ยว เหมือนจับเสือมือเปล่า มีรายรับจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีจำนวนมากแต่ระบบการจัดการไม่ดี เวลานั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติมีปัญหา ตำรวจท่องเที่ยวจะรับเรื่องแล้วส่งต่อให้ตำรวจภูธร” (โสภา (นามสมมุติ),2558)

ส่วนนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการปรับปรุงตัว บทกฎหมายยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการไว้ว่า...

“ผู้ประกอบการต้องปรับให้เข้ากับเศรษฐกิจ ถ้าเราเปิดอาเซียน บริษัทนำเที่ยวจะแย เพราะกฎหมายเราไม่เข้มแข็ง หย่อนยานไม่คุ้มครองผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว” (ปิยนันท์ (นามสมมุติ),2558)

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มภาครัฐวิสาหกิจแสดงความเห็นเกี่ยวกับเงินลงทุนสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ว่า...

“ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีเงินทุนน้อย ซึ่งต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ เข้าไปช่วยส่งเสริม โดยเฉพาะเมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเข้ามา การลงทุนนั้นเป็นเรื่องสำคัญมากที่สุดที่ทำให้ผู้ประกอบการอยู่รอดในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ นอกจากนี้การบังคับใช้กฎหมายก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีการนอมนิกัน โดยใช้ช่องโหว่ของกฎหมายมาปฏิบัติ ภาครัฐไม่บังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ทำให้คนต่างชาติมาแย่งงานคนไทยทำได้อย่างสบาย ทุกวันนี้ประเทศไทยถอยหลังเข้าคลอง กระทรวง ทบวง กรมยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง เนื่องจากยังไม่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว ระบอบการปกครองของไทย เปลี่ยนแปลงทิศทางบ่อยมาก พรรคการเมืองเปลี่ยน นโยบายก็จะเปลี่ยนตาม ทำให้มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อย่างเช่น รัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย มีความเชี่ยวชาญด้านการโน้มน้าวจิตใจ ดูได้จากการประชุมนานาชาติเขาแสดงบทบาทประชาสัมพันธ์ประเทศของตนเองได้เก่งมาก ส่วนของไทยเรานั้นยังมีความเสี่ยงสูง เราเป็นเชิงแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไป แต่ไม่บูรณาการเชิงรุก” (ทิพย์อักษร(นามสมมุติ),2558)

นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของสมาคมฯ (ภาคเอกชน) แสดงความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ที่ประสบปัญหา กล่าวไว้ว่า...

“ผมเพิ่งร่างให้แก้ไข พรบ. ธุรกิจนำเที่ยวใหม่ เพื่อให้ชี้แจงเรื่องกองทุนที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องจ่ายให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวฯ แต่นำไปชดใช้ค่าเสียหายให้กับบริษัทนำเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนธุรกิจมาสร้างปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งมันไม่ยุติธรรม และงานเทศกาลต่างๆ ที่จัดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการไปออกบูธ แต่ก็ไปโกงนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนมากที่กลุ่มพวกนี้เข้ามาแฝง และทำความเดือดร้อนให้กับบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด” (ปรีชา (นามสมมุติ),2558)

สภาพแวดล้อมองค์การ เป็นปัจจัยที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้ ซึ่งจากสถานการณ์ของการท่องเที่ยวที่ผ่านมาการแข่งขันกันสูง ทุกประเทศต่างเห็นความสำคัญที่จะสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรัฐบาลเป็นหน่วยงานที่เป็นพลังผลักดันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นประเภทธุรกิจที่มีสินค้าและบริการต้นทุนต่ำ เพราะไม่ต้องนำวัตถุดิบมาเป็นต้นทุนในการประกอบธุรกิจ ใช้แต่เพียงความมั่งคั่งของสถานที่ท่องเที่ยวร่วมกับหัวใจในการบริการของผู้ให้บริการเป็นจุดขาย แต่รัฐบาลไทยยังมอง

สถานการณ์ไม่ชัดเจน ทำให้การเจริญเติบโตอยู่กับที่ เห็นได้จากตัวเลขรายรับของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งตรงนี้ต้องให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวใช้ความสามารถในการบริหารจัดการด้วยตนเองมากกว่าได้รับผลจากการช่วยเหลือของรัฐบาลซึ่งการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจอาเซียน จะมีผลทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งภายใน และภายนอกประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีเงินทุนค่อนข้างจำกัดทำให้เกิดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ ซึ่งหากขาดสภาพคล่องในการบริหารการเงิน จะกลายเป็นปัญหาอันดับต้นของความอยู่รอดภายในองค์กร

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร ทั้งในด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ต้องอาศัยบุคลากรภายในองค์กรร่วมกันสร้างความเข้าใจและเตรียมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเปรียบเสมือนใบเบิกทางในการริเริ่มสร้างสรรค์องค์การให้ประสบความสำเร็จ ส่วนด้านวัฒนธรรมองค์กรเป็นพื้นฐานการดำเนินงานที่ทุกคนต้องร่วมแรงร่วมใจทำหน้าที่หลากหลายบทบาทด้วยความเต็มใจในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งด้านนวัตกรรมองค์กร ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจในตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกลางในการกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน โดยจากสถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องเผชิญกับความเสี่ยงของเศรษฐกิจและการเมืองที่ผันผวนมาก ดังนั้นทางออกคือ การสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้อยู่ในรูปแบบสมาคม เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และกำหนดราคาเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ในด้านสภาพแวดล้อมองค์กรของธุรกิจนำเที่ยวนั้นมีการแข่งขันกันสูง เพราะทุกประเทศต่างเห็นความสำคัญที่จะสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่หน่วยงานรัฐบาลไทยไม่ค่อยสนับสนุนการเงินอย่างเต็มที่ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีเงินทุนจำกัด ทำให้เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

สรุปได้ว่า ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถยืนยันผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงาน ที่มีต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการรับรู้ว่าการมีบุคลิกภาพที่กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่อยู่ตลอดเวลาช่วยให้งานประสบความสำเร็จ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถ รวมทั้งการจัดการบริหารงานที่ดีได้นั้นต้องคำนึงถึงบุคลากรภายในองค์กรที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งจะมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความตั้งใจทำให้มีกำลังใจและเกิดความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น ส่วนการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มนั้น ภายในองค์กรมีพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ทำให้ความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการและบุคลากรต้องประสานความเข้าใจ ให้ความร่วมมือกันในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่มีอยู่ตลอดเวลาในลักษณะงานบริการ ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยสติปัญญาความรู้ และทักษะความเชี่ยวชาญจากบุคลากรทุกฝ่ายมาช่วยกันวางแผนการจัดรายการนำเที่ยว ดังนั้นประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม จึงมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กร ผู้ประกอบการรับรู้ว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็น

ทรัพยากรสำคัญในวงการธุรกิจปัจจุบัน โดยต้องถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน และเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมภายในองค์การให้ทุกคนต้องทำหน้าที่หลากหลายบทบาท ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานที่ต้องอาศัยความคล่องตัว และความยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในองค์การให้มีมาตรฐาน นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ ความเข้าใจในตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ถือเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ก่อให้เกิดผลดีกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างจากองค์การอื่น และผู้ประกอบการควรรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคม เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการต่อรองทางการค้า การกำหนดราคาให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน เป็นการสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง หลังจากนั้นควรมองหาโอกาสในช่องทางในการทำตลาดใหม่ๆ ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยมีรัฐบาลเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพในการบริการสำหรับผู้ประกอบการยกระดับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้มีความยั่งยืน

รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6) ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจของตนในรูปแบบธุรกิจใด ย่อมต้องทราบข้อดี-ข้อเสียของแต่ละรูปแบบธุรกิจ แล้วตัดสินใจจดทะเบียนธุรกิจตามรูปแบบธุรกิจดังกล่าว ฉะนั้นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจอยู่รอดต่อไปคือ เงินทุน ทำให้บริหารงานภายในองค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจไม่แตกต่างกัน เพราะขึ้นอยู่กับทุนในการดำเนินการ ดังนั้นการจดทะเบียนธุรกิจจึงไม่มีผลต่อการบริหารจัดการภายในองค์การ” (ชูศักดิ์ (นามสมมติ), 2558)

“ทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจไม่แตกต่างกัน เท่ากับว่าการจดทะเบียนธุรกิจไม่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน เพราะขึ้นอยู่กับว่าเงินทุนและการบริหารงานในธุรกิจมากกว่า” (สมศักดิ์ (นามสมมติ), 2558)

การบริหารจัดการ และโครงสร้างการทำงานอย่างมีระบบ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานภายในองค์การอย่างสมดุลและยั่งยืน ดังที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของสมาคมฯ (ภาคเอกชน) แสดงความคิดเห็นที่มีลักษณะสอดคล้องไว้ว่า...

“บริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนมีการจัดการที่เป็นระบบและมีโครงสร้างองค์การค่อนข้างชัดเจนมาก ส่วนรูปแบบเจ้าของคนเดียวยังไม่มีการจัดการ แต่ทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจต่างกันตรงวิธีการบริหารของผู้ประกอบการ ซึ่งในการเข้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจก็ไม่แตกต่างกัน แต่ถ้ามีขนาดที่ใหญ่กว่าก็จะแข็งแกร่งมากขึ้นในการต่อรองกับนานาประเทศได้ สิ่งที่แตกต่างกันคือการบริหารงาน เช่น บริษัทจำกัดมีมืออาชีพเข้ามาบริหารงานในการต่อยอด ถ้าผู้ประกอบการมีศักยภาพมีความคล่องตัวสูงก็ทำให้ขายสินค้า/บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้แหละที่ทำให้แตกต่างกัน ในแต่ละรูปแบบ

ธุรกิจจะมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป แล้วแต่ผู้ประกอบการจะเลือกจดทะเบียนรูปแบบไหน” (อดิศักดิ์ (นามสมมุติ),2558)

ในขณะที่เดียวกันนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเช่นเดียวกับผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของสมาคมฯ (ภาคเอกชน) กล่าวว่า...

“ทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจมีความแตกต่างกันตรงจำนวนพนักงาน เงินทุน แต่ในนามลูกค้าจะมีความเชื่อมั่นการบริหารของบริษัทจำกัดมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น ในการที่จะซื้อทัวร์ เพราะทุกวันนี้มีการโกงกันสูงมาก ทำให้กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวขาดความเชื่อถือไป” (อนุสรณ์ (นามสมมุติ),2558)

“ทั้ง 3 รูปแบบธุรกิจ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่แตกต่างกันตรงเงินทุนมากกว่า เพราะทุกรูปแบบธุรกิจจดทะเบียนธุรกิจถูกต้องตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวเหมือนกัน” (ปัทมา (นามสมมุติ), 2558)

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นศูนย์รวมของคนที่เกี่ยวข้องได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด เพราะทุกธุรกิจเกิดขึ้นต้องอาศัยการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และปฏิภาณไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า จึงจำเป็นต้องมีการจัดแบ่งภาระหน้าที่ของงานให้รับผิดชอบตามความสามารถและความถนัดอย่างชัดเจน ดังนั้น เห็นได้ว่าการกำหนดโครงสร้างระบบการบริหารงานภายในองค์กรที่ดี เอื้อต่อการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยลดความซ้ำซ้อนของการทำงาน อีกทั้งเงินทุน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งองค์กรใหญ่ย่อมต้องใช้เงินทุนที่สูงกว่าองค์กรที่มีขนาดเล็ก ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการวางแผนและจัดสรรเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ และอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้การจดทะเบียนธุรกิจในรูปแบบต่างๆ มีข้อดี-ข้อเสียแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจและศักยภาพของผู้ประกอบการ ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อการสร้างขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว แต่ในสายตาของนักท่องเที่ยวมีมุมมองว่าภาพลักษณ์ในรูปแบบบริษัทจำกัดมีความน่าเชื่อถือในสินค้าและบริการ จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่การวิเคราะห์สภาพการณ์ภายในและภายนอกที่มีต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) หลังจากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตารางการวิเคราะห์ TOWS matrix เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

สรุปผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพเพื่อนำไปสู่การค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

1. **ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ** ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ด้านผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร) อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากพบว่า มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่มีขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมลดลงในแต่ละปี ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกที่มี

ผลกระทบกับการบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้อยู่รอดกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงจำเป็นต้องมองหากลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ได้แก่

1.1 ด้านผู้นำระดับสากล ผู้ประกอบการต้องมีการบริหารงานที่ชัดเจน ทำให้ช่วยพัฒนาความเป็นผู้นำและเกิดความคิดสร้างสรรค์งานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย พร้อมเปิดใจยอมรับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น เพื่อนำมาปรับปรุงตนเอง และยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงาน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนต่างชาติในชนชาติที่แตกต่างกัน จึงต้องตั้งมั่นอยู่บนความสุจริต โปร่งใส มีจิตสำนึก และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรกลายเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือในสายตาของนักท่องเที่ยว

1.2 ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้ามคือ การสร้างความเชื่อมั่นในการร่วมงานกับผู้มาใช้บริการทั้งที่เป็นลูกค้าหรือนักลงทุนทั้งการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ทำความเข้าใจวัฒนธรรมในแต่ละชนชาติ และมีแนวปฏิบัติการทำงานที่เป็นมาตรฐานอย่างเท่าเทียมกันระหว่างองค์กร ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการเจรจาต่อรองทางการค้าและการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ถึงแม้ว่าสถานการณ์การแข่งขันที่ความรุนแรง แต่ด้วยอุปนิสัยของผู้ประกอบการไทยมีความเป็นมิตร สามารถยืดหยุ่นและปรับตัวกับพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่าย

1.3 ด้านการจัดการฐานทรัพยากร ประเทศไทยมีจุดอ่อนด้านความปลอดภัย ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก โดยรัฐบาลยังไม่สามารถควบคุมฐานทรัพยากรด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายทำให้ขาดเสถียรภาพ ในขณะเดียวกันกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างกัน ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ที่แวดล้อมหลายประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสในการขยายธุรกิจและการมีฐานกลุ่มค้าเพิ่มขึ้น

2. การพัฒนาการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และระดับองค์กร มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

2.1 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ประกอบการรับรู้ว่าการมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถถูกพัฒนาจากประสบการณ์โดยตรงของผู้ประกอบการ จึงต้องพิจารณาทั้งทักษะและความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถใช้ทักษะเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ซึ่งมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ประกอบการส่วนการมีบุคลิกภาพที่กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะอุปนิสัยของคนไทยที่มีความเต็มใจในการให้บริการ ช่วยกระตุ้นให้เกิดความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ในขณะที่การสร้างการจูงใจต้องเกิดความรู้สึกที่อยากจะทุ่มเททำงานด้วยความเต็มใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรต้องให้ความไว้วางใจคนร่วมงานให้มีกำลังใจและเกิดความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กร

2.2 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ประกอบการรับรู้ว่าการที่พนักงานได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างชัดเจน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กรอย่างมาก ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัย

สติปัญญาความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญจากบุคลากรทุกฝ่ายมาช่วยกันวางแผนจัดนำเที่ยวร่วมกัน อย่างเป็นระบบ ถึงแม้ว่าธุรกิจนำเที่ยวจะมีการจ้างพนักงานประจำค่อนข้างน้อย แต่ก็สะดวกสำหรับ กระบวนการทำงานที่ให้พนักงานทุกคนเข้ามาร่วมกันคิดแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงทีกับการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ประกอบการมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการจัดการความ ชัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มกลับพบว่า พนักงานในองค์กรมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตาม คำแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่างๆ ดังนั้นการที่จะให้บุคลากรมาทำงานร่วมกันนั้น จำเป็นอย่าง ยิงที่จะต้องให้บุคลากรเข้าใจว่าความขัดแย้งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ดีภายในองค์กร

2.3 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการรับรู้ว่าการเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นในการ ถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยว บริการใหม่ๆ ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้เปรียบเสมือนใบเบิกทางในการริเริ่มสร้างสรรค์องค์การให้ ประสบความสำเร็จ เนื่องจากสามารถนำมาปรับใช้ในการบริหารงานได้อย่างเหมาะสมและเป็น ประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งทุกวันนี้ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจและทักษะในด้านการตลาดเชิงรุก ทำให้เสียเปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้ง่าย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐเป็นบทบาทสำคัญในการ สนับสนุนผู้ประกอบการให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน อีกทั้งผู้ประกอบการมีการรับรู้ว่านวัตกรรม เป็นบทบาทสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการทำงานดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ในการช่วยสร้างความแตกต่างของนวัตกรรมให้กับ องค์กร และที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการเข้ามาใช้สถานที่อย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดการจัดการที่ดี ของภาครัฐ ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่เป็นจุดแข็งของไทย ดังนั้นการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกลางในการกลั่นกรองคุณภาพ ของนักท่องเที่ยวเช่นกัน และผู้ประกอบการรับรู้ว่าการซื้อขายคือหัวใจของกระบวนการทำงานในธุรกิจ นำเที่ยว ที่จะสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งทางออกของการแก้ปัญหานี้คือ ผู้ประกอบการ ควรรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคม เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างอำนาจการต่อรองทาง การค้า กำหนดราคาเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง หลังจากนั้นมองหา โอกาสช่องทางการทำตลาดใหม่ด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ อย่างยั่งยืน แต่ในขณะที่ยกเว้นผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านวัฒนธรรม องค์กรที่เน้นการแข่งขันพบว่า ไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเนื่องจาก สังคมไทยเป็นสังคมที่นับถือศาสนาพุทธซึ่งเป็นศาสนาแห่งอิสรภาพ ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถ ปรับตัวได้ง่ายกว่าชนชาติอื่น มีความยืดหยุ่นเอื้อต่อการทำธุรกิจจนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวต่างชาติ ยอมรับ ดังนั้นโครงสร้างการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร ควรเป็นแบบเมทริกซ์ ซึ่งทำให้ทุกคน ต้องทำงานที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มความกระฉับกระเฉงและให้งานเสร็จทันเวลา ซึ่งเหมาะสมกับธุรกิจ นำเที่ยวที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว และในด้านสภาพแวดล้อมองค์กร ซึ่งผู้ประกอบการต้อง เคารพกับข้อจำกัดในสถานการณ์การท่องเที่ยว เนื่องจากที่ผ่านมารายได้และจำนวนของนักท่องเที่ยวที่ เข้ามาในประเทศลดลงอย่างมาก ซึ่งรัฐบาลต้องเป็นพลังผลักดันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ สามารถควบคุมไปในทิศทางที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการไทย

3. การเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจ มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการผลการวิจัยสรุปได้ว่ารูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ เพราะเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น แล้วแต่ว่าผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจของตนเป็นไปในรูปแบบธุรกิจใด ดังนั้นความแตกต่างขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ภายในองค์กรเท่านั้น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจนั้นอยู่รอดต่อไปคือ เงินทุน ที่ผู้ประกอบการต้องมีการจัดสรรและวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ และอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก แต่ในสายตาของนักท่องเที่ยวก็ยังมีภาพลักษณ์ที่ดีกับรูปแบบบริษัทจำกัดมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น เนื่องจากรูปแบบนี้มีการบริหารงานโดยคณะกรรมการ ซึ่งเกิดจากการรวมทุนของกลุ่มคนที่มีความสามารถไม่ต่ำกว่า 7 คน ดำเนินกิจการร่วมกันส่งผลให้เป็นกิจการที่มีความมั่นคง และมีความน่าเชื่อถือทั้งในตัวสินค้าและบริการ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (strengths)	จุดอ่อน (weaknesses)
TOWS MATRIX	S1 เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก จึงมีความเสี่ยงต่ำ และลงทุนต่ำ เนื่องจากเป็นการบริหารงานแบบธุรกิจครอบครัว และใช้เครื่องมืออุปกรณ์ไม่แพงสามารถหาซื้อได้ง่าย	W1 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวลดลง ทำให้ไม่พร้อมสำหรับการแข่งขันในระดับสากล
	S3 ผู้ประกอบการไทยมีจิตใจในการบริการ จนสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว	W2 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักจะประสบปัญหาในการแข่งขันกับนักลงทุนรายใหญ่ โดยเฉพาะชาวต่างชาติ
	S4 ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการที่มีมาตรฐานด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าหลายประเทศ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ	W3 มีผู้ประกอบการจำนวนมากขาดการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และขาดการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	S5 ผู้ประกอบการมีความคล่องตัว และสามารถปรับตัวตามสภาพสังคมได้ง่ายกว่าชนชาติอื่นๆ โดยปราศจากความขัดแย้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวต่างชาติยอมรับ	W4 ผู้ประกอบการส่วนมากมาจากธุรกิจครอบครัว ซึ่งมักขาดความรู้ในด้านการจัดการ หรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (strengths)	จุดอ่อน (weaknesses)
	<p>S6 ผู้ประกอบการสามารถจัดรายการนำเที่ยวยืดหยุ่นได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถนำเสนอได้ในราคาที่ไม่แพง</p>	<p>W5 ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ใหม่ๆ ในการทำการตลาดแข่งขันเชิงรุกได้ ก็จะทำให้เสียโอกาส</p> <p>W6 ผู้ประกอบการขาดทักษะการสื่อสารภาษาที่ 3 ได้แก่ จีน รัสเซีย เกาหลี อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการเสียเปรียบ เช่น การให้บริการทัวร์ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย ใช้หัวหน้าทัวร์ (tour leader) แทนมัคคุเทศก์คนไทย หรือเมื่อผู้ประกอบการจัดรายการนำเที่ยวไปต่างประเทศจำเป็นต้องใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ณ ประเทศนั้นๆ</p> <p>W7 ผู้ประกอบการชอบเลียนแบบรายการนำเที่ยว (itinerary) เช่น ไปญี่ปุ่น ซึ่งไม่ว่านักท่องเที่ยวจะจองบริษัทนำเที่ยวไหนก็จะได้ไปยังสถานที่เหมือนกันโดยส่วนใหญ่ ซึ่งขาดความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ จึงไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้มีความแตกต่าง เพื่อเป็นจุดเด่น หรือจุดขายให้กับบริการของตนได้</p> <p>W8 ผู้ประกอบการขาดแคลนเงินทุนหรือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (strengths)	จุดอ่อน (weaknesses)
		<p>W9 ผู้ประกอบการไม่นิยมทำงานรวมกลุ่มกัน ทำให้ขาดการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือกันประสานงานกัน จึงส่งผลให้เกิดการชิงดีชิงเด่น มีการตัดราคา และมีปัญหาการแข่งขันกันเอง</p> <p>W10 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีจำนวนมากและขาดความเป็นมืออาชีพ ทำให้มีการแข่งขันกันเองสูง ส่งผลให้มีการตัดราคาขายกันมาก</p> <p>W11 ผู้ประกอบการขาดความซื่อสัตย์ จริงใจทั้งตนเองและผู้รับบริการ ทำให้ไม่มีจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจและความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>W12 ผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญของการบริการ ตรวจสอบประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเข้าเที่ยวและมัคคุเทศก์</p>
โอกาส (opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
<p>O1 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในตลาดโลก อาทิ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาดกลุ่มประเทศ BRIC(บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) ที่มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต</p>	<p>1. ผู้ประกอบการควรจับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เชื่อมโยงเข้ามาไทยก่อนจะกระจายไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (O3, O5, O6, S3, S4, S5 และ S6)</p>	<p>1. ภาครัฐต้องหามาตรการสนับสนุนทางด้านเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน (W8 และ O8)</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

โอกาส (opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
<p>O2 การแข่งขันจากการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ในการสร้างตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน มีทั้งการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี ซึ่งผู้ประกอบการจะสามารถสร้างผลประโยชน์โอกาสในการแข่งขัน และการวางแผนการลงทุนธุรกิจนำเที่ยวในตลาดต่างประเทศ</p> <p>O3 ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการบริการ เนื่องจากคนไทยทุกคนมีรอยยิ้ม อ่อนน้อมถ่อมตน อธิปไตยไม่ตรี และมีความเอื้ออารีต่อผู้มาเยือน</p> <p>O4 การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเพิ่มขึ้น</p> <p>O5 ไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยว (tourism hub) ของภูมิภาคอาเซียน ด้วยความได้เปรียบของที่ตั้ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้สะดวกในการเดินทางเชื่อมต่อระหว่างประเทศทั้งทางบกและทางอากาศ</p>	<p>2. ผู้ประกอบการควรเรียนรู้เอกลักษณ์ในความเป็นไทยที่เป็นจุดเด่น ทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมมาต่อยอดทางความคิดออกแบบรายการนำเที่ยว และการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (S3, S4, S5, S6, O2, O3, O5, O6 และ O10)</p> <p>3. ขยายฐานนักท่องเที่ยวให้กว้างขึ้นให้หลากหลายชนชาติ เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง อีกทั้งนำเสนอสินค้าและบริการให้สามารถดึงดูดความสนใจเข้ามาใช้บริการ และให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง (S4, S6, O1, O2, O4 และ O5)</p> <p>4. ผู้ประกอบการต้องขยายการตลาดและเร่งการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ติดงบประมาณประชาสัมพันธ์ ซึ่งด้านการตลาดเป็นเรื่องสำคัญในการพยายามจูงใจให้นักท่องเที่ยวหันมาเลือกใช้สินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยน</p>	<p>2. รัฐบาลควรเร่งการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรสาขาบริการให้มีศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตอย่างแท้จริงและมีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศให้มากกว่า 2 ภาษา โดยเฉพาะภาษาที่ 3 (จีน รัสเซีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย) ประวัติศาสตร์ภูมิศาสตร์ของไทย ซึ่งหลักสูตรนั้นต้องยกระดับมาตรฐานให้บัณฑิตเรียนรู้ระดับผู้บริหารมากขึ้น และที่สำคัญต้องไม่เกี่ยงเรื่องค่าตอบแทนที่ได้รับ (W6, O3 และ O6)</p> <p>3. ผู้ประกอบการควรนำเสนอนวัตกรรมการท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว (green tourism) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่า (W11 และ O6)</p> <p>4. ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้วยการหากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้อง</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

โอกาส (opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
<p>O6 ประเทศไทยมีความโดดเด่นทางด้านความหลากหลายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่สมบูรณ์และหลากหลาย มีอาหารไทยที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับการรักษาด้วยแพทย์แผนไทยสมัยโบราณที่สั่งสมจนกลายเป็นความชำนาญ ไม่มีชนชาติใดในโลกมาลอกเลียนแบบและแข่งขันได้ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสในยุคปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวสนใจในสุขภาพ และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุเพิ่มสูงขึ้น</p> <p>O7 มีหน่วยงานที่มีศักยภาพในการสนับสนุนงบประมาณ การศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว</p>	<p>แปลงอยู่ตลอดเวลา (S4,S6, O6 และ O11)</p> <p>5. การทำพันธมิตรธุรกิจหรือกิจการร่วมค้ากันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวด้วยกัน โดยมี 2 แบบคือ แบ่งกำไรร่วมค้ากัน และแลกจำนวนนักท่องเที่ยวกัน เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการสร้างนวัตกรรม การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพื่อสร้างโอกาสด้านการค้าการลงทุนระหว่างกันอย่างเหมาะสม (S1,S4,O1, O2,O5 และ O8)</p> <p>6. ผู้ประกอบการต้องมีความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มุ่งสู่การให้ความสำคัญในการจัดหาและเป็นช่องทางของตลาดบริการให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (S5, S6, O1, O2 และ O4)</p> <p>7. ผู้ประกอบการควรปรับเป็นโครงสร้างองค์กรแบบเมทริกซ์ซึ่งบุคลากรในองค์กรต้อง</p>	<p>การของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา เช่น สร้างช่องทางการซื้อขายแบบง่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ (W1, W2 และ T3)</p> <p>5. ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการได้รับการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมีคุณเทศก์ เพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความสำเร็จที่น่าเชื่อถือให้กับผู้รับบริการ (W1, W4, W12, O2 และ O5)</p> <p>6. ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง เนื่องจากเป็นเครื่องมือการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ (W5,W3, W1, O1, O2 และ O4)</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

โอกาส (opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
<p>O8 รัฐบาลเปิดเสรีและรวมตัวทางด้านการเงิน ทำให้การเคลื่อนย้ายเงินระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น สนับสนุนให้เกิดการใช้แหล่งทุนร่วมกัน มีส่วนช่วยให้กลุ่ม SMEs เข้าถึงสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ง่ายขึ้นด้วยต้นทุนต่ำลง ด้วยการบังคับใช้มาตรฐานใหม่ “Basel II”</p> <p>O9 ประเทศกลุ่มอาเซียนต่างเริ่มให้ความสำคัญในการพัฒนารัฐกิจบริการกันมากขึ้น เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เข้ามาท่องเที่ยวในแถบอาเซียนเพิ่มขึ้น</p> <p>O10 การท่องเที่ยวยังเป็นกิจการที่เป็นอาชีพสงวนสำหรับคนที่มีสัญชาติไทย</p> <p>O11 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำ ใช้เพียงแต่ความงดงามรวมกับหัวใจในการบริการของผู้ให้บริการมาเป็นจุดขาย</p>	<p>ทำงานที่หลากหลาย เพื่อให้ทำงานได้อย่างกระฉับกระเฉง และสนองความต้องการของผู้รับบริการ (S5, S6, O1, O2 และ O4)</p>	

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>T1 ทิศทางการดำเนินงานของภาครัฐส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ขาดการประสานงานร่วมมือระหว่างกัน ทำให้นโยบายและแผนงานมีความซ้ำซ้อน จึงไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด</p> <p>T2 การประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่ผ่านมามีการเชิญตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและสมาคมฯ เข้า ประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แต่ตัวแทนภาคเอกชนเหล่านั้นมีความคิดเห็นว่าการประชุมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารมากกว่าการร่วมมือกันในการทำงาน เพราะไม่มีการนำข้อเสนอแนะเหล่านั้นไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุง</p> <p>T3 ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว เพราะจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาทำให้ผู้ประกอบการไทยที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประสบปัญหาในการแข่งขันกับนักลงทุนรายใหญ่</p>	<p>1. ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมและเพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ ด้วยการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ พร้อมนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ด้วยการสร้างคนให้เป็นผู้นำ รวมถึงการควบคุมตรวจสอบและประเมินผลการทำงานของบุคลากร (S4,S5 และ T3)</p> <p>2. ภาครัฐกับภาคเอกชนให้ประสานงานและร่วมมือกันเข้าร่วมในการรับรู้ ทำความเข้าใจร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอปัญหา และร่วมกันแก้ไขปัญหา ออกมาเป็นรูปธรรม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดี ของประเทศ (S5, T1, T2 และT8 T17, T18 และ T19)</p> <p>3. ผู้ประกอบการควรใช้ผลประโยชน์จากการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวในการเพิ่มพูนศักยภาพการขยายตลาดและเพิ่มอำนาจการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใน ประเทศ (S4,S5,O2 และ O5)</p>	<p>1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องเปลี่ยนวิธีคิดและแข่งขันกับตัวเองอย่างแรงด่วน ควรใช้ความได้เปรียบในคุณลักษณะของคนไทยที่มีหัวใจในการบริการ (W1, W2, W10,T3 และ T9)</p> <p>2. ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ควรเป็นข้อมูลใหม่และถูกต้อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ อาทิ รายได้จากการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย การ ค า ด การ ณ์ จ ำ น ว น นักท่องเที่ยวตามภูมิภาค และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลก เพราะที่ผ่านมาข้อมูลบางส่วนขาดรายละเอียดในเชิงวิเคราะห์ ที่ผู้ประกอบการยากจะทำความเข้าใจด้วยตนเอง (W4,W5,T4 และ T14)</p> <p>3. การเปิดเสรีทางการค้าจะช่วยลดความไม่เท่าเทียมกัน โดยส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม (fair trade) และลดทอนอำนาจของนักลงทุนรายใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ (W1,W2 และ T3)</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>T4 ข้อมูลพื้นฐานในการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐที่มีอยู่เป็นข้อมูลที่กระจัดกระจาย เนื่องจากถูกรวบ รวมจากหลายหน่วยงาน และขาดการจัดการที่เป็นระบบ ทำให้ข้อมูลไม่เอื้ออำนวยต่อการไปใช้ประโยชน์</p> <p>T5 ปัญหาขาดแคลนแรงงานด้านธุรกิจนำเที่ยว เพราะคนไทยส่วนมากไม่สนใจ เนื่องจากเห็นว่าเป็นงานที่ไม่เชิดหน้าชูตาในสังคม ไม่ค่อยมีความก้าวหน้าในการทำงาน และไม่ได้ใช้ความรู้ ความชำนาญมากนัก อีกทั้งมีสาเหตุมาจากอัตราค่าตอบแทนที่ค่อนข้างต่ำกว่างานในด้านอื่นๆ</p>	<p>4. การอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้ประกอบการกับภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกฎหมายการท่องเที่ยว (T8 และ T11)</p>	<p>4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการวางแผนระยะยาวที่รัดกุม โดยอนุญาตให้บริษัททัวร์ต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทยสามารถทำธุรกิจประเภทนำนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ (inbound) ได้อย่างเดียวเท่านั้น เพราะเป็นการปกป้องธุรกิจให้กับคนในประเทศ (W2,W8,T3 และ T10)</p> <p>5. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพื่อให้กลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยการรักษาระดับมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการ (W4,W10,T3 และ T7)</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>T6 คุณสมบัติของบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการยังมีข้อจำกัดในการทำงานที่รู้เพียงแต่ทฤษฎี ซึ่งไม่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง โดยเฉพาะความรู้ด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ ทักษะการบริหาร การวางแผนอย่างเป็นระบบ และการสื่อสารด้านภาษา กับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่บัณฑิตถูกสอนแบบท่องจำ แต่ไม่ได้ถูกสอนแบบให้ใช้ความคิด ทำให้ไม่สามารถทำงานได้ตามที่ผู้ประกอบการคาดหวัง ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ ผู้ประกอบการจะเลือกจ้างชาวต่างชาติที่มีคุณสมบัติที่ดีกว่า ภายใต้อัตราเงินเดือนที่เท่ากัน</p> <p>T7 กลไกของรัฐในการจัดการการท่องเที่ยวยังมีความอ่อนแอขาดเอกภาพ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้มีแต่ภาพลักษณ์ด้านลบ ทั้งเรื่องความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน การเอาไรด์เอาเปรียบ และหลอกหลวง นักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ โสเภณีการค้ามนุษย์และโรคเอดส์</p>		<p>6. สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรจูงใจและรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ ซึ่งผู้ประกอบการสร้างนวัตกรรม การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (T13,W2,W5 และ W9)</p> <p>7. ผู้ประกอบการต้องศึกษาความเคลื่อนไหวของคู่แข่งในประเภทธุรกิจเดียวกันด้วยการติดตามข่าวสาร หรือไปใช้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนา ภายในองค์การ (W1,W2,W4, W5,W7,W10,T3 และ T10)</p> <p>8. ผู้ประกอบการต้องเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานรัฐที่ได้จัดให้การสนับสนุนเผยแพร่สินค้าและบริการต่างๆ ในรูปแบบงานจัดแสดงสินค้าและบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ จะทำให้ฐานตลาดนักท่องเที่ยวกว้างขึ้น (W3,W5,T1,T2 และ T7)</p>

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>T8 ภาครัฐบังคับใช้กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น กฎหมายการจ้างงาน กฎหมายแรงงานต่างด้าว และกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาผู้ประกอบการที่ไม่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวอย่างถูกต้องตามกฎหมาย หรือดำเนินธุรกิจแบบผิดประเภท</p> <p>T9 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเป็นจำนวนมาก ซึ่งภาครัฐขาดการวางแผนการจัดการพื้นที่และประกอบกับพฤติกรรมที่ขาดจิตสำนึกของผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว ที่ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว</p> <p>T10 ทศนคติของผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ไม่ต้องการย้ายถิ่นฐานไปทำงานต่างประเทศ ดังนั้นจึงเป็นอุปสรรคกับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวอาเซียนที่คนต่างชาติจะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากกว่าคนไทยที่จะเดินทางไปลงทุนยังต่างประเทศ</p>		

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>T11 บุคลากรของภาครัฐที่มาให้ธุรกิจน่าเที่ยว ยังไม่มีประสบการณ์ทางธุรกิจที่แท้จริง กับบางปัญหาที่ต้องอาศัยคนที่เข้าใจธุรกิจนี้ อย่างลึกซึ้ง ทำให้การเรียนรู้ในการอบรมแต่ละครั้งไม่ได้ผลเท่าที่ควร โดยเฉพาะด้านกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับในการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวที่ขาดความชัดเจน</p> <p>T12 ระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และการกำจัดขยะ ไม่สามารถรองรับการบริโภคอุปโภคของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวได้</p> <p>T13 ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจ ต้องใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง</p> <p>T14 การดำเนินงานของแผนการท่องเที่ยวยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เพราะหลายหน่วยงานต่างมีแผนโครงการที่ซ้ำซ้อนไม่เชื่อมต่อกัน</p>		

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>T15 ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลก และความมั่นคงทางการเมืองส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว</p> <p>T16 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยลดน้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป โดยมีปัจจัยหลักมาจากความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้เปลี่ยนไปเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>T17 ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเป็นบ่อนทำลายเศรษฐกิจผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของไทยเป็นอย่างมาก</p> <p>T18 รัฐบาลมีผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย จึงมีผลกระทบต่อการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวที่ไม่มีความชัดเจน</p> <p>T19 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวลดลง เนื่องจากถูกฟ้องเรียกค่าเสียหายหลังการใช้บริการจากนักท่องเที่ยว เช่น การบริการที่ไม่ตรงกับก่อนการซื้อขายบริการ</p>		

ผลการสังเคราะห์ข้อเสนอจากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายสู่ข้อเสนอแนะด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากความคิดเห็นของการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยการสนทนากลุ่มจำนวน 20 คน (ตารางที่ 42ภาคผนวก ฉ) จำแนกเป็น 3 กลุ่มคือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 3 ราย
2. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 14 ราย

3. นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 3 ราย เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. จัดทำหนังสือเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่มดังรายละเอียดข้างต้น เข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อร่วมพิจารณาวิเคราะห์และสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

2. ประสานสถานที่จัดประชุม เตรียมเอกสาร อุปกรณ์ อาหารและเครื่องดื่ม ณ ห้องประชุม ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3. กำหนดประเด็นและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย

4. นำเสนอผลการวิจัยในที่ประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย และสนทนากลุ่มจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่มเพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

5. สรุปผลยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ที่ได้จากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย

จากการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ นำมาซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ที่จัดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย สามารถได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 29 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสู่ระดับสากล

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
1. ธรรมาภิบาลสร้างผู้นำสู่ระดับสากล	<p>1.1 กำหนดบทบาทของผู้ประกอบการอย่างชัดเจนให้มีความพร้อมในการถูกตรวจสอบ เปิดเผยข้อมูลที่น่าเสนออย่างตรงไปตรงมามีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน</p> <p>1.2 เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือต่อความโปร่งใส ความซื่อสัตย์ให้ผู้ที่มาใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการซื้อขายสินค้า/บริการ</p> <p>1.3 ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ยึดหลักธรรมาภิบาลและความถูกต้องชัดเจนในการประกอบธุรกิจ</p> <p>1.4 พัฒนาจริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานให้กับผู้ประกอบการ</p> <p>1.5 ผลักดันให้ผู้ประกอบการตระหนักในหน้าที่ ความรับผิดชอบมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจในการแก้ปัญหาส่วนรวมมากกว่าส่วนตน</p>
2. มุ่งเน้นการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์	<p>2.1 ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ศึกษาความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง โดยไปทดลองใช้บริการ และติดตามข่าวสาร เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตนเอง</p> <p>2.2 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ความคิดในการสร้างสรรค์ โดยดึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่เป็นจุดเด่นทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมมาต่อยอดความคิดให้เกิดนวัตกรรมสินค้า/บริการ เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง</p> <p>2.3 วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของคู่แข่ง เพื่อพิชิตใจลูกค้าในกลุ่มเดียวกัน เป็นการกระจายความเสี่ยงในการอยู่รอดของธุรกิจ</p> <p>2.4 กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ เช่น อบรมทั้งระดับชาติและนานาชาติ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จมากขึ้น</p> <p>2.5 พัฒนาการเรียนรู้และฝึกหัดโดยนำประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ และมีความเชื่อมั่นในการแสดงพฤติกรรมออกสู่สาธารณชน</p> <p>2.6 ยกระดับมาตรฐานของบัณฑิตเรียนรู้อาชีวศึกษาที่สอนเป็นผู้บริหารให้มีศักยภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ โดยเฉพาะการสอนภาษาที่ 3 (จีนรัสเซีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย) ประวัติศาสตร์ภูมิศาสตร์ของไทย ซึ่งหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวต้องยกระดับคุณภาพของบัณฑิตให้มากขึ้น</p>

ตารางที่ 29 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสู่ระดับสากล (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
<p>3. เสริมสร้างความเข้มแข็งของบุคลากร เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง</p>	<p>3.1 พัฒนาให้เกิดความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มุ่งสู่การให้ความสำคัญในการจัดหาและเป็นช่องทางของตลาดบริการให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน</p> <p>3.2 ควรปรับเป็นโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ ซึ่งบุคลากรในยุคปัจจุบันต้องทำงานหลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับงานบริการ</p> <p>3.3 ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ</p> <p>3.4 ควบคุมคุณภาพบุคลากรในองค์การ ให้มีมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>3.5 เพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติซึ่งต้องมีการวางแผน ควบคุม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานได้อยู่สม่ำเสมอ</p>

ตารางที่ 30 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
<p>1. เรียนรู้ อยู่ร่วม อย่างเข้าใจ บนความต่างของวัฒนธรรม</p>	<p>1.1 เสริมสร้างและพัฒนาภาษาต่างประเทศให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ภาษาจีน รัสเซีย อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น เพื่อแก้ปัญหาหัวหน้าทัวร์ต่างชาติที่มาทำงานแทนมัคคุเทศก์ไทย และสามารถสแกนอาชีพนี้ไว้ให้กับคนไทย</p> <p>1.2 เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมระหว่างประเทศ เพื่อลดความแตกต่างในการร่วมงานและการให้บริการ</p> <p>1.3 สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกทีมงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งและให้มีมาตรฐานเดียวกัน</p> <p>1.4 สนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจกับคนร่วมงาน มีความรู้สึกอยากจะทำหน้าที่ด้วยความเต็มใจ</p>

ตารางที่ 30 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
2. พันธมิตรทางธุรกิจ	<p>2.1. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ขยายเครือข่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกัน และสร้างความแข็งแกร่ง เพื่อป้องกันนักลงทุนต่างชาติที่มีเงินทุนมากกว่าผู้ประกอบการไทย</p> <p>2.2. สร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อลดการแข่งขันกันเอง และเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่ง</p> <p>2.3. ผลักดันให้ผู้ประกอบการรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ สร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า การกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน</p> <p>2.4 สนับสนุนทำกิจการร่วมค้ากับนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่เชื่อมโยงเข้ามาไทยก่อนที่จะตัดสินใจไปลงทุนยังประเทศเพื่อนบ้าน</p>

ตารางที่ 31 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
1. การสร้างและเพิ่มมูลค่า	<p>1.1. กระตุ้นให้รัฐบาลเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่ายให้กับผู้ประกอบการ เพื่อขยายธุรกิจหรือการลงทุนไปยังต่างประเทศ เพราะการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ และส่งผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าคู่แข่ง</p> <p>1.2. มุ่งเน้นจุดยืนที่แตกต่าง เพื่อหาช่องว่างการให้บริการที่ผู้ประกอบการรายอื่นยังไม่ได้พัฒนา และเน้นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รับรู้มากขึ้น</p> <p>1.3 มุ่งเน้นการบูรณาการนวัตกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทเครือข่าย โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากความคิดและที่หลากหลายร่วมกันสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อความก้าวหน้าและเจริญเติบโตกับองค์กร</p> <p>1.4 นำเอกลักษณ์ของคนไทยที่มีความนอบน้อม อุดม ยึดหยุ่นสูง และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มาประยุกต์ในการทำงานด้วยการบริการที่เป็นมิตร และสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ</p> <p>1.5 ให้การต้อนรับด้วยความยินดีเสมือนผู้รับบริการเป็นญาติ ด้วยความมีมิตรไมตรีจิต ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เป็นเจ้าของบ้านที่ดี</p>

ตารางที่ 31 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
	<p>1.6 พัฒนาพฤติกรรมการบริการ เพราะพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยต้องมีความกระฉับกระเฉงคล่องตัวกระทือร้อน ขณะให้บริการอย่างเหนือความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยใช้หลัก “สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ถูกใจ และคุ้มค่า”</p>
<p>2. การตลาดเชิงบูรณาการ</p>	<p>2.1 พัฒนาศักยภาพในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยมีความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างช่องทางการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว</p> <p>2.2 สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นย้ำ “ความคุ้มค่า” ถือเป็นเรื่องสำคัญในภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงผันผวน เพื่อดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าหันมาใช้บริการของเราในที่สุด</p> <p>2.3 รักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า/บริการให้เอื้ออำนวยต่อการใช้ประโยชน์และสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง</p> <p>2.4 รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ โดยนำเสนอสินค้า/บริการที่แตกต่างไปจากที่เคยใช้บริการแล้ว และให้สิทธิพิเศษมากกว่าฐานลูกค้าใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจและมีความต่อเนื่องในการใช้บริการ</p> <p>2.5 พัฒนาการขยายฐานธุรกิจลูกค้าให้กว้างขวาง และหลากหลายชนชาติมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยง โดยนำเสนอสินค้า/บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่มโดยเน้นกิจกรรมร่วมกับชุมชนมากกว่าการนำชมสถานที่</p>
<p>3. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>	<p>3.1 สร้างจิตสำนึกผู้ประกอบการให้รักษาการคงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของทรัพยากรและบริหารจัดการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศ</p> <p>3.2 นำเสนอสินค้า/บริการในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคใหม่ เช่น “การท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว” “การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นการแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวันของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพในยุคปัจจุบัน</p>

ตารางที่ 31 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
	<p>3.3 เพิ่มศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้วยการบูรณาการมุ่งเน้นสร้างคุณค่ากับชุมชนในท้องถิ่นโดยตรง เพื่อได้รับประโยชน์อย่างยุติธรรมระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการ</p> <p>3.4 นำเที่ยวอย่างรู้คุณค่า โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับในศักยภาพของทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม เพื่อไม่ให้มีสภาพเสื่อมโทรม</p>

ตารางที่ 32 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและปรับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของภาครัฐสู่การพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
1. รักษาเสถียรภาพการท่องเที่ยว	<p>1.1 ปรับปรุงและควบคุมกฎหมายด้านการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียม และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย</p> <p>1.2 บังคับใช้กฎหมาย และบทลงโทษอย่างจริงจังโดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยและทรัพย์สิน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง</p> <p>1.3. ดำเนินการวางเงื่อนไขที่รัดกุม โดยปกป้องผู้ประกอบการให้ได้รับสิทธิประโยชน์ที่มากกว่าคนต่างชาติ ด้วยการอนุญาตให้บริษัททัวร์ต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย สามารถดำเนินการได้เพียงจัดนำเที่ยวเข้าประเทศเท่านั้น</p> <p>1.4. แก้ไขปรับปรุงมาตรการความปลอดภัย และถูกการเอาัดเอาเปรียบในการซื้อขายสินค้า/บริการของนักท่องเที่ยว</p> <p>1.5 รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการคัดกรองผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมาบริหารให้มีทิศทางพัฒนาอย่างถูกต้องและชัดเจน</p> <p>1.6 ควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว และกลั่นกรองคุณภาพนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย</p> <p>1.7 สนับสนุนมาตรการป้องกันการทุจริตของบริษัทนำเที่ยว โดยให้สามารถตรวจสอบได้ที่สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หรือทางสื่อสังคมออนไลน์</p>

ตารางที่ 32 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและปรับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของภาครัฐสู่การพัฒนา
ธุรกิจที่ยั่งยืน (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา
	<p>1.8 สนับสนุนและประสานงานกับผู้ประกอบการให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอปัญหา และร่วมกันแก้ไขปัญหาออกมาเป็นรูปธรรมในรูปแบบกฎหมาย/พระราชบัญญัติ หรือนโยบาย ฯลฯ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้ยั่งยืน</p>
<p>2. การจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว</p>	<p>2.1 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับการตลาดในยุคสมัยใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการและตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว</p> <p>2.2 พัฒนาข้อมูลด้านรายได้จากการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามประเภทการใช้จ่าย การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลกให้ทันสมัยและถูกต้องอยู่เสมอ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อพยากรณ์ในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ</p> <p>2.3 เข้าร่วมกิจกรรมทุกช่องทางของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือในกลุ่มสมาคมที่จัดให้การสนับสนุนเผยแพร่สินค้าและบริการต่างๆ ในรูปแบบงานจัดแสดงสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ จะทำให้อุตสาหกรรมการตลาดกว้างขวางขึ้น</p> <p>2.4 สร้างมาตรฐานความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมั่นในการใช้บริการทุกสถานที่ภายในประเทศ</p>
<p>3. การปรับตัวให้เชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน</p>	<p>3.1. สร้างโอกาสด้านการค้าการลงทุนระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนและเชื่อมโยงธุรกิจกับกลุ่มประเทศ CLMV และโครงการความร่วมมือของภาครัฐและต่างประเทศในการขยายตลาด และเพิ่มอำนาจการแข่งขันทางธุรกิจนำเที่ยว</p> <p>3.2. ประสานความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อเพิ่มพูนความแข็งแกร่งในการรองรับเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ในการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม และลดทอนอำนาจของนักลงทุนรายใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ</p> <p>3.3. ส่งเสริมการเปิดการค้าเสรี เพื่อช่วยลดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างนักธุรกิจในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน</p>

4. เพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

จากการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้นำมาซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย ที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายตั้งนั้น ข้อค้นพบจากผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ตามขั้นตอนการวิจัยที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยของเครื่องมือทางธุรกิจคือ TOWS Matrix มากำหนดเป็นกลยุทธ์ ซึ่งได้นำแนวคิดของสแตนลีย์ (Stanley, 2556: 881-891) มีปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาจับคู่กันและกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่างๆ คือ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์เชิงรุก (SOstrategies) เป็นการใช้ประโยชน์จากโอกาสโดยอาศัยจุดแข็งภายในองค์กรและปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาสที่จะเกิดขึ้นด้วยการใช้กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WOstrategies) อีกทั้งหลีกเลี่ยงอุปสรรคโดยอาศัยจุดแข็งภายในองค์กรด้วยการใช้กลยุทธ์เชิงป้องกัน (STstrategies) และลดจุดอ่อนภายในองค์กรและพยายามหลีกเลี่ยงอุปสรรคให้ได้มากที่สุดได้แก่กลยุทธ์เชิงรับ (WTstrategies) เพื่อมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสู่ระดับสากล ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ธรรมาภิบาลสร้างผู้นำสู่ระดับสากล

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า เห็นควรให้พัฒนาผู้ประกอบการให้เปิดเผยข้อมูลที่น่าเสนออย่างตรงไปตรงมา มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องที่ชัดเจน สร้างความน่าเชื่อถือต่อความโปร่งใส มีความซื่อสัตย์ ด้วยการยึดหลักธรรมาภิบาล มีจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ และสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษาของสุเมธ แสงนิมนวล(2552: 33) ได้สนับสนุนกลยุทธ์ธรรมาภิบาลสร้างผู้นำสู่ระดับสากลเกี่ยวกับการพัฒนามนุษย์ด้วยหลักธรรมาภิบาลสากล 9 ประการคือ การมีส่วนร่วม ความเป็นธรรม ความโปร่งใส การดูแลเอาใจ ฉันทามติ ความเสมอภาค ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความรับผิดชอบต่อสังคม และวิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งผู้นำต้องพยายามดำเนินกิจการโดยใช้หลักคุณธรรม ซึ่งเป็นหลักที่ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของหลักธรรมาภิบาลทั้ง 9 ประการดังกล่าว และสอดคล้องกับผลการวิจัยของภูมิรัชต์ สมมุง(2550: 84) พบว่า ผู้นำชุมชนได้มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงาน ยึดมั่นในความถูกต้องและซื่อสัตย์สุจริต และให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียม โดยคำนึงถึงผล ประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่นเดียวกับผลการศึกษาของเนรี่(Ngairé, 2000: 823) ได้ระบุว่าธรรมาภิบาลที่ดีสามารถสร้างความสมดุลของกฎระเบียบและให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้นำมาประกอบการพิจารณาการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่ธีรวิทย์ ภิญญัญญูกานต์(1995: 203) กล่าวว่า ถ้าคน

ไทยไม่คิดที่จะชวนขวยหาความรู้ด้านภาษาต่างประเทศเท่ากับปิดหูปิดตาจะทำให้ประเทศไทยมีตมัว ล้าหลังอยู่อย่างเดิม เพราะการรู้ภาษาต่างประเทศอย่างแพร่หลายสามารถนำมาปรับปรุงพัฒนาชาติ ได้รวดเร็ว อีกทั้งโกลแมน(Goleman,1998: 78-89) ระบุว่า การตระหนักในตนเอง เป็นพื้นฐานของการควบคุมตนเอง และความตระหนักในสังคมซึ่งจะเป็นรากฐานของทักษะทางสังคมที่จำเป็น สำหรับการจัดการความสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 มุ่งเน้นการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า การส่งเสริมผู้ประกอบการให้ศึกษาความเคลื่อนไหวของ คู่แข่ง โดยไปทดลองใช้บริการ และติดตามข่าวสาร เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตนเอง และใช้ ความคิดสร้างสรรค์ โดยดึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่เป็นจุดเด่นทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมมาต่อยอดความคิดให้เกิดนวัตกรรมสินค้า/บริการ เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียของคู่แข่ง เพื่อพิชิตใจลูกค้าในกลุ่มเดียวกัน เป็นการกระจายความเสี่ยงในการอยู่รอดของธุรกิจ ด้วยความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จ มากขึ้นและพัฒนาการเรียนรู้โดยนำประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ และที่สำคัญต้องพัฒนาระดับรากหญ้าคือการยกระดับมาตรฐานให้บัณฑิตเรียนรู้รายวิชาที่สอนเป็น ผู้บริหารที่ดีให้มีศักยภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของจอร์จ ฮอร์สคอตต์(2555: 106) กล่าวว่า จินตนาการของ มนุษย์หรือทุนแห่งการสร้างสรรค์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มหาศาล เช่นเดียวกับแนวคิดของธัญ ชรินทร์สาร (ม.ป.ป.) อธิบายว่า การศึกษากลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้ในปัจจุบัน บริษัทต้องพิจารณากลยุทธ์ ของคู่แข่งในนโยบายด้านต่างๆ และผลการวิจัยของอภิสิตี ประวัตติเมือง(2544: 69) พบว่า ผู้ประกอบการ ต้องมีความกล้าเสี่ยง ความแกร่งในการแข่งขัน ความใส่ใจในการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่ ผลการวิจัยของฟอร์สมาน (Forsman, 2004: 21) ได้นำแนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคมา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของแนวความคิดหนึ่งในกลยุทธ์การแข่งขัน ยุคใหม่ เช่นเดียวกับผลการวิจัยของธีรวัฒน์นันทะโชติ (2555: 104) พบว่า แนวความคิดนี้สามารถ ทำนายการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ อันนำไปสู่การวางแผนและการเลือกแนวทางการ บริหารจัดการในองค์กรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทมากที่สุด

กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างความเข้มแข็ง

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า การพัฒนาให้เกิดความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการจัดหาและเป็นช่องทางของตลาดบริการให้สามารถ บริหารจัดการได้อย่างเจริญเติบโต อีกทั้งต้องปรับเป็นโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ ซึ่งบุคลากรใน ยุคปัจจุบันต้องทำงานหลากหลาย และให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน โดย ควบคุมคุณภาพบุคลากรให้มีมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการเพิ่มพูนศักยภาพในการ

แข่งขันกับบริษัทต่างชาติ ซึ่งต้องมีการวางแผน ควบคุม ตรวจสอบและประเมินผลการทำงานอยู่เสมอ ดังผลการวิจัยของดอดด์ (Dodd, 1987: 3) ที่พบว่า ชีตความสามารถในการรับรู้มีความจำเป็นสำหรับการพัฒนาความเข้าใจในด้านบุคคลที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม และการเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือก การคัดสรร ฝึกอบรม และการพัฒนาทีมงานที่มีความหลากหลายร่วมกัน (Iles, 1995: 44) เช่นเดียวกับผลการศึกษาของสุพัตรา คงขำ (2556: 384) พบว่า การขับเคลื่อนการจัดการความรู้ในชุมชนด้วยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอบรมยกระดับความรู้ การประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย และประเมินผลการดำเนินการจัดการความรู้ เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เรียนรู้ อยู่ร่วม อย่างเข้าใจบนความต่างของวัฒนธรรม

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเสริมสร้างและพัฒนาภาษาต่างประเทศให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในประเทศไทย จะแก้ปัญหาหัวหน้าทัวร์ต่างชาติที่มาทำงานแทนคนไทย และร่วมกันเรียนรู้อย่างเข้าใจในวัฒนธรรมระหว่างประเทศ อีกทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกทีมงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ เพื่อลดความแตกต่างของวัฒนธรรมให้มีมาตรฐานเดียวกัน และควรจะสนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจกับคนร่วมงาน ให้มีความรู้สึกลอยใจจะทุ่มเททำงานด้วยความเต็มใจ ดังผลการวิจัยของบรรจง อมรชีวิน(2553: 27) ได้นำเสนอแนวคิดที่สนับสนุนกลยุทธ์นี้ไว้ว่า ในโลกนี้มีวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีวิถีปฏิบัติทั้งในมิติทางธุรกิจและในวิถีปฏิบัติทั่วไปที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคที่มีการเชื่อมโยงของวัฒนธรรมกับชาวต่างชาติ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์นี้ กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนการเจรจาต่อรองกับประเทศต่างๆ ในขณะที่ผลการวิจัยของวูดค็อกกับฟรานซิส (Woodcock and Francis, 1994:1) และผลการวิจัยของพูเกรส (Pukras, 1995: 7) ได้ระบุว่า ทีมงานคือ กลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน แต่ละคนมุ่งสู่ความสำเร็จ มีการทำงานร่วมกัน แบ่งปันกันรับผิดชอบ และให้อำนาจในการตัดสินใจของบุคคลอย่างเต็มศักยภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 พันธมิตรทางธุรกิจ

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่งเสริมผู้ประกอบการให้ขยายเครือข่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกัน และสร้างความแข็งแกร่ง เพื่อป้องกันนักลงทุนต่างชาติที่มีเงินทุนมากกว่าผู้ประกอบการไทย ร่วมสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อลดการแข่งขันกันเอง ทั้งผลักดันให้ผู้ประกอบการรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ สร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า กำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และสนับสนุนทำกิจการร่วมค้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เชื่อมโยงเข้ามาไทยก่อนที่จะไปลงทุนยังประเทศเพื่อนบ้าน

การศึกษาในแนวคิดของวิเชียร วิทยอุดม(2554:151-155) ได้กล่าวว่า องค์การที่มีพลังการรวมกลุ่มที่แข็งแกร่งและเต็มไปด้วยสมาชิกที่มีคุณภาพจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ที่ต้องให้กลุ่มทำงานอย่างมีประสิทธิภาพกับองค์การ เช่นเดียวกับแกรนท์ (Grant, 1996: 375) พบว่า การเรียนรู้ร่วมกันมีอิทธิพลต่อเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นผลให้เกิดการประยุกต์ความรู้จนกลายเป็นขีดความสามารถหลัก ในขณะที่เดียวกันนฤมล คงทน (2549:1) ได้สรุปผลการวิจัยว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันคือ การขาดความเชื่อมโยงและรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างและเพิ่มมูลค่า

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า ควรกระตุ้นให้รัฐบาล การเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนให้กับผู้ประกอบการ เพื่อขยายธุรกิจหรือการลงทุนไปต่างประเทศ แต่ต้องมุ่งเน้นจุดยืนที่แตกต่างเพื่อหาช่องว่างการให้บริการที่ผู้ประกอบการรายอื่นยังไม่ได้พัฒนา โดยเน้นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รับรู้มากขึ้นและต้องมุ่งเน้นการบูรณาการนวัตกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทเครือข่าย แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากความคิดและที่หลากหลายร่วมกันสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยการนำเอกลักษณ์ของคนไทยที่มีความนอบน้อม อ่อนน้อม ยืดหยุ่นสูง และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มาประยุกต์ในการทำงานด้วยการบริการที่เป็นมิตร ให้การต้อนรับด้วยความยินดีเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เป็นเจ้าของบ้านที่ดี ซึ่งการพัฒนาพฤติกรรมบริการ ย่อมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยต้องมีความกระฉับกระเฉงคล่องตัวกระตือรือร้น ขณะให้บริการอย่างเหนือความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยใช้หลัก “สะอาด รวดเร็ว ถูกต้อง ถูกใจ และคุ้มค่า”

ดังแนวคิดของประภัสสร เสวกุล(2556) ได้กล่าวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทยไว้ว่า คนไทยในสายตาของชาวต่างชาติ คือการยิ้มแย้มจนได้รับสมญานามว่า “Land of Smiles” หรือดินแดนแห่งรอยยิ้ม ถัดมาก็คือ การเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ และความเอื้อ อารี และคนไทยมีความสัมพันธ์กับพระพุทธศาสนามาเป็นเวลานาน ซึ่งมีความเป็นต่อสังคมไทยเป็นอย่างมากและได้ผูกมัดจิตใจให้คนไทยเป็นคนรักสันติ รักอิสระเสรี ปรองดองให้การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของมนัสนันท์มณีขัติย์(2551:116) ระบุว่า กิจการเชื่อมั่นการดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความผูกพันระหว่างกันเป็นพื้นฐาน ความสัมพันธ์กับบริษัทคู่ค้าจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจการมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ให้บุคลากรทุกคนเรียนรู้งาน ได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา งาน รวมถึงการที่กิจการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ในขณะเดียวกันผลการวิจัยของศุภางค์ นันตา (2555: บทคัดย่อ) ระบุว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ ดังนั้น

ผู้ประกอบการควรเน้นให้องค์การมีการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการในขณะเดียวกันผล การศึกษาของแชปแมน และคณะ (Chapman et al.,2003:9) และกรอนรูซ (Gronroos, 2000: 286) พบว่า ปัจจัยสำคัญของการสร้างความสามารถในการแข่งขันตลาดโลกนั้นคือ การบริการ ซึ่งเป็น การสร้างคุณค่าที่สามารถประเมินความสำเร็จขององค์กรได้ในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 2 การตลาดเชิงบูรณาการ

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า การพัฒนาศักยภาพในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ต้องมี ความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างช่องทางการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นย้ำ “ความคุ้มค่า” ซึ่งต้องรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า/บริการให้อ่อนแอ่อนวยต่อการใช้ประโยชน์และสร้างความ ประทับใจแก่ผู้รับบริการให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ในขณะเดียวกันควรรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ โดย นำเสนอสินค้า/บริการที่แตกต่างไปจากที่เคยใช้บริการแล้ว ให้สิทธิพิเศษมากกว่าฐานลูกค้าใหม่ เพื่อ ความต่อเนื่องในการใช้บริการและพัฒนาการขยายฐานธุรกิจลูกค้าให้กว้างขวาง หลากหลายชนชาติ มากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยง โดยนำเสนอสินค้า/บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ดังผลการวิจัยของพอตเตอร์ (Porter,1980:35) กล่าวว่า การพัฒนาความสามารถในการ แข่งขัน จำเป็นต้องมีการบูรณาการระหว่างกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ สินค้าและบริการ โดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่องเหมือนห่วงโซ่คุณค่าของ กิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกัน แล้วนำส่งต่อให้กับลูกค้า โดยกระบวนการนี้เรียกว่า “โซ่แห่ง คุณค่า” ที่เน้นความร่วมมือระหว่างกันภายในองค์กรเป็นหลัก ส่งผลให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถ และรักษาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้คงอยู่ในองค์การตลอดไปอีกทั้งสอดคล้องกับผลการวิจัย ของมอนครีฟ และคณะ(Moncrief et al., 1999: 329-332) ได้กล่าวว่า สิ่งที่เป็นหัวใจในการปรับปรุง ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการคือ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับวิธีการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะ ด้านการตลาด

กลยุทธ์ที่ 3 การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

จากการสังเคราะห์ข้อมูล พบว่า การสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ประกอบการในการรักษาการ คงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมในทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความคุ้มค่า โดยการนำเสนอสินค้า/ บริการในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกและเพิ่มศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้วยการมุ่งเน้น สร้างคุณค่ากับชุมชนและท้องถิ่นโดยตรงและนำเที่ยว โดยคำนึงขีดถึงขีดความสามารถในการรองรับ ถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจากแนวคิดขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO,2011:5) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีการพัฒนาบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว ทั้ง ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างจนเป็นสิ่งที่ดึงดูดความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส แต่การท่องเที่ยวสามารถ

ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อระบบเศรษฐกิจ, สังคม, วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผลการวิจัยของโฮลเดน(Holden,2000:49) และแชป्ली (Sharpley, 2009: 4) จึงได้มีการเสนอแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการผสมผสานระหว่างการพัฒนาซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการอนุรักษ์ธรรมชาติ เน้นหลักการพัฒนาองค์รวมซึ่งไม่มุ่งเน้นพัฒนาเฉพาะด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว เป็นการคำนึงถึงผลประโยชน์และผลกระทบในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น และการยึดคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา ดังแนวคิดของดอดด์และบัทเลอร์ (Dodds and Butler,2009:44) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นหลักการสำคัญที่นำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายในหลายประเทศ และจากนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2254: 22-23) ได้สนับสนุนกลยุทธ์นี้ให้เกิดการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน และสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมายังประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและปรับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของภาครัฐสู่การพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืนประกอบด้วย3กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 รักษาเสถียรภาพการท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความสำคัญในการคัดกรองผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมาบริการให้มีทิศทางพัฒนาอย่างถูกต้อง และควรเร่งการปรับปรุง/ควบคุม/บังคับใช้กฎหมาย/แก้ไขปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยกลั่นกรองคุณภาพนักท่องเที่ยว ด้วยการวางเงื่อนไขอย่างรัดกุม อีกทั้งป้องกันการอนุมัติโดยอนุญาตให้บริษัททัวร์ต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย สามารถดำเนินการได้เฉพาะการจัดนำเที่ยวเข้าประเทศเท่านั้น สนับสนุนมาตรการป้องกันการทุจริตของบริษัทนำเที่ยว โดยให้สามารถตรวจสอบได้ที่สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หรือทางสื่อสังคมออนไลน์และประสานงานกับผู้ประกอบการให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอปัญหา และร่วมกันแก้ไขปัญหาออกมาเป็นรูปธรรมในรูปแบบกฎหมาย/พระราชบัญญัติหรือนโยบาย ฯลฯ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้ยั่งยืน

ผลการวิจัยของนิวาาลี และมาธาวัน (Madhavan abd Gnywali,2001:431) สนับสนุนกลยุทธ์นี้ได้กล่าวว่า ความแตกต่างของโครงสร้างที่ไม่เท่าเทียมกันขององค์การมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแข่งขันระหว่างเครือข่ายขององค์การ จึงมีการศึกษากรอบแนวคิดหลายระดับที่เกี่ยวข้อง และผลการวิจัยของจากรูวรรณ พุ่มบัว(2551:178) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยของจากรูวรรณ พุ่มบัว(2551:1) พบว่า ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตใกล้เคียงกันจึงสามารถทดแทนกันได้ จึงมีการแข่งขันกันเองมากขึ้น และยังพบปัญหาที่สำคัญมากที่สุดได้แก่ ภาครัฐยังไม่ชัดเจน และไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง ทั้งนี้พอตเตอร์ (Porter,1980: 117-265) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่เป็นได้ทั้งส่วนสนับสนุนและอุปสรรคต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจคือ ภาครัฐ ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในด้านการ

ออกกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ดังนั้น หากรัฐบาลมีนโยบายหรือมาตรการที่สนับสนุนธุรกิจใดนั้น จะส่งผลให้ธุรกิจนั้นมีความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2 การจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับการตลาดในยุคสมัยใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการและตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ต้องพัฒนาข้อมูลด้านรายได้จากการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามประเภทการใช้จ่าย ภาคการณ์ จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ระดับโลกให้ทันสมัยและถูกต้องอยู่เสมอ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อพยากรณ์ในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการซึ่งผู้ประกอบการต้องเข้าร่วมกิจกรรมทุกช่องทางของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือในกลุ่มสมาคมที่จัดให้การสนับสนุนเผยแพร่สินค้าและบริการต่างๆ ในรูปแบบงานจัดแสดงสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ จะทำให้ฐานการตลาดกว้างขวางขึ้น โดยสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ดังผลการวิเคราะห์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกจัดอันดับด้านความมั่นคงปลอดภัยของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 118 ของโลก และความยั่งยืนในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่ในอันดับที่ 90 ของโลกซึ่งต่ำกว่าปีที่ผ่านมา (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ(2554:13) ในขณะที่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา(2554: 33) ที่มีการสนับสนุนและกำหนดมาตรการสร้างความเชื่อมั่น การให้บริการ การป้องกัน ดูแลรักษาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวอีกทั้งแนวคิดของนิทัศน์ คณะวรรณ (ม.ป.ป.กล่าวว่า มาตรฐานการบริการเริ่มจากสร้างจิตสำนึกการบริการพนักงาน สร้างมาตรฐานบริการที่พนักงานทุกคนต้องเดินไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อส่งมอบบริการที่ประทับใจทุกครั้ง ที่พบกับลูกค้าอีกทั้งสิ่งที่ทำให้องค์การแตกต่างจากคู่แข่งนั้นคือ ความสามารถที่จะนำงานไปสู่ความสำเร็จได้มากกว่าโดยการนำความรู้และทักษะมาบูรณาการเข้าด้วยกัน (สุภัททา ปิณฑะเพทย์, 2556) อีกทั้งผลการวิจัยของเฮอร์ลีย์และฮัลท์ (Hurley and Hult,1998:42-54) ระบุว่า การได้รับ และการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า การตลาด และติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยีสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับตัวให้เชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงประสานความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน และสร้างโอกาสด้านการค้าการลงทุนระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนและเชื่อมโยงธุรกิจกับกลุ่มประเทศ CLMV ในการขยายตลาด และเพิ่มอำนาจการแข่งขันทางธุรกิจนำเที่ยว และเพิ่มพูนความแข็งแกร่งในการรองรับเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ในการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม เนื่องจากช่วยลดความไม่เท่าเทียมกัน เพื่อลดทอนอำนาจของนักลงทุนรายใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ

กลยุทธ์นี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของวินและกูดิตัส(Wynn and Guditus, 1984: 146) พบว่า ความร่วมมือเป็นกลยุทธ์ที่จะเปลี่ยนความขัดแย้งจากแง่ลบกลายเป็นแง่บวกที่ส่งผลในทางสร้างสรรค์ โดยให้กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนได้ใช้ศักยภาพที่มีอยู่ร่วมกันแก้ปัญหา เจรจาต่อรองเพื่อประสานความแตกต่างและให้บรรลุข้อตกลงร่วมกัน อีกทั้งแนวคิดของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย(2554:2) พบว่า การเข้ามาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้ผู้ประกอบการไทยสร้างความได้เปรียบในกลุ่มสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยีต่างๆ และเงินทุนเป็นโอกาสในการขยายฐานการลงทุนไปยังประเทศอาเซียน เช่นเดียวกับกรมการท่องเที่ยว(2554: 19-22) ที่มีความเห็นว่าพฤติกรรมและกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวเฉพาะทางมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) ฯลฯ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมในการรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเหล่านี้ อีกทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมกับอนุภูมิภาค ได้แก่ 1) กรอบความร่วมมือของกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region : GMS) จำนวน 6 ประเทศคือ ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ 2) โครงการพัฒนาเศรษฐกิจสามฝ่าย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth-Triangle : IMT-GT) จำนวน 3 ประเทศคือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย 3) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation strategy : ACMECS) จำนวน 5 ประเทศคือ ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และ 4) ความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation : BIMSTEC) จำนวน 4 ประเทศคือ บังกลาเทศ ศรีลังกา อินเดียและไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในบทที่ 4 และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในบทที่ 5 สามารถนำมาเป็นบทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะสำหรับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในบทที่ 6 ต่อไป



ภาพที่ 5 การเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยไปสู่ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3. เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน

4. เพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัย 2 วิธี ดังนี้

1. วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2557 ที่ผ่านการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.60-1.00 และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.97 ถือได้ว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับสูง สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับตัวอย่างที่ได้มาจากการสุ่มแบบมีระบบ จากประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยจำแนกตามรูปแบบธุรกิจได้แก่ บริษัทจำกัดจำนวน 154 ราย ห้างหุ้นส่วนจำนวน 26 ราย และเจ้าของคนเดียวจำนวน 191 ราย รวมทั้งสิ้น 371 ราย

2. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2558 จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 8 ราย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 7 ราย และนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 8 ราย รวมทั้งสิ้น 23 ราย หลังจากนั้นจัดการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มในการได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเช่นเดียวกัน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 3 ราย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 14 ราย และนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 3 ราย รวมทั้งสิ้น 20 ราย โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเนื้อหา และความเชื่อมั่นของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า

คือ การนำไปตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบุคคลที่ต่างกัน เพื่อความสอดคล้องความขัดแย้งกันของข้อมูล และเพิ่มเติมส่วนที่ขาดหายไปจนกระทั่งข้อมูลที่ได้มานั้นเกิดการอึดตัวแล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาตรวจสอบความสมบูรณ์และวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นจึงขอเสนอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ชีตความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีอายุเฉลี่ยที่ 37 ปี อยู่ในวัยกลางคน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการนั้นแสดงว่า ผู้ให้ข้อมูลทำงานตรงกับสายที่เรียนมา และมีตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งรูปแบบบริษัทจำกัด และรูปแบบห้างหุ้นส่วนไม่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการเลย ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบเจ้าของคนเดียวที่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการเกินครึ่ง ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันเท่ากับและน้อยกว่า 7 ปี และส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนที่จะจัดตั้งองค์การ ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลรูปแบบห้างหุ้นส่วนที่ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 7 ปี

ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จดทะเบียนธุรกิจประเภทการจ้ดนำเที่ยวไปต่างประเทศ แต่เมื่อเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบธุรกิจมีการจดทะเบียนธุรกิจประเภทการจ้ดนำเที่ยวที่แตกต่างกันไปอย่างชัดเจน โดยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบบริษัทจำกัดส่วนใหญ่จ้ดนำเที่ยวไปต่างประเทศ ส่วนรูปแบบห้างหุ้นส่วนส่วนใหญ่จ้ดนำเที่ยวเข้าประเทศ ในขณะที่รูปแบบเจ้าของคนเดียวจ้ดนำเที่ยวในประเทศ และส่วนใหญ่มีจำนวนทุนจดทะเบียนธุรกิจเท่ากับและต่ำกว่า 5 ล้านบาท ซึ่งส่วนมากผู้ให้ข้อมูลประกอบธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในสาขาภาคกลาง อาจเป็นเพราะว่าภูมิภาคนี้ มีจำนวนจังหวัดมากที่สุดถึง 28 จังหวัด ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร และความเจริญของประเทศในทุกๆ ด้าน นอกจากนี้ในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้สุทธิเท่ากับและต่ำกว่า 1 ล้านบาทต่อปี

ส่วนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้อยู่ในระดับมาก นั้นแสดงว่า ลักษณะเฉพาะของผู้ให้ข้อมูลมีอิทธิพลอย่างมากต่อผลสัมฤทธิ์ของการทำงาน และในการนำกลุ่มคนทำงานไปสู่เป้าหมาย ซึ่งเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์การ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับด้วยกันคือ

1. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านการจ้ดใจมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากความสำเร็จในงาน ความรับผิดชอบ งานที่ทำทนายความรู้ความสามารถ และความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากร

ในหน่วยงานเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานกับผู้ให้ข้อมูล เมื่อเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจรับรู้ในระดับมากเช่นกัน แต่ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบบริษัทจำกัดมีลักษณะเฉพาะตัวมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น นั่นคือ ภาพลักษณ์ ความสำเร็จที่น่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับของสาธารณชน อันส่งผลต่อการสร้างผลงานให้ประสบความสำเร็จ

2. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมมากที่สุด นั้นแสดงว่าการกำหนดบทบาทให้ทำงานเป็นทีมที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารที่เปิดเผย ได้ปรึกษาหารือพร้อมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีวัตถุประสงค์และทิศทางร่วมกัน ทำให้การทำงานของทีมประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม ผลการวิจัยกลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวมีขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีจำนวนพนักงานประจำค่อนข้างน้อย ทำให้มีปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคคลเพียงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจรับรู้ในระดับมากเช่นกัน แต่ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบห้างหุ้นส่วนมีความเป็นหนึ่งเดียวกันมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น นั่นคือ เป็นกิจการที่ดำเนินธุรกิจมีขนาดเล็กและภายในครอบครัว ซึ่งมีความผูกพัน มีหน้าที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวที่มีการรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดเล็กกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น และต้องควบคุมการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองทั้งหมด จึงมีพฤติกรรมของกลุ่มที่รับรู้ได้ไม่ชัดเจนนัก

3. การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานด้านนวัตกรรมองค์การมากที่สุด นั้นแสดงว่า การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ สร้างสรรค์แนวคิดใหม่สอดคล้องกับลูกค้า และการปรับเปลี่ยนแนวคิดให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น นวัตกรรมจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับองค์การ ในขณะที่ด้านสภาพแวดล้อมองค์การ ผลการวิจัยกลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากการเข้ามามีบทบาทสำคัญของภาครัฐในการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาแผนงานในปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เมื่อเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกรูปแบบธุรกิจรับรู้ในระดับมากเช่นกัน แต่ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบห้างหุ้นส่วนมีการเตรียมความพร้อมที่เป็นระบบมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น นั่นคือ มุ่งเน้นการเรียนรู้ การมีวัฒนธรรมที่ยอมรับร่วมกัน การใช้ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ความเข้มแข็งในเครือข่าย และการมีสภาพแวดล้อมที่สามารถปรับตัวในการกำหนดพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานในองค์การได้

ส่วนที่ 4 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ด้านผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร) โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ นั้นแสดงว่า การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจ ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่มีขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมลดลงในแต่ละปี ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการขององค์การ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้อยู่รอดกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงจำเป็นต้องมองหากลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ได้แก่

1. ด้านผู้นำระดับสากล ผู้ประกอบการต้องมีการบริหารงานที่ชัดเจน ทำให้ช่วยพัฒนาความเป็นผู้นำและเกิดความคิดสร้างสรรค์งานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย พร้อมเปิดใจยอมรับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น เพื่อนำมาปรับปรุงตนเอง และยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงาน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนต่างชาติในชนชาติที่แตกต่างกัน จึงต้องตั้งมั่นอยู่บนความสุจริต โปร่งใส มีจิตสำนึก และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรกลายเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือในสายตาของนักท่องเที่ยว

2. ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้ามคือการสร้างความเชื่อมั่นในการร่วมงานกับผู้มาใช้บริการทั้งที่เป็นลูกค้าหรือนักลงทุนทั้งการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ทำความเข้าใจวัฒนธรรมในแต่ละชนชาติ และมีแนวปฏิบัติการทำงานที่เป็นมาตรฐานอย่างเท่าเทียมกันระหว่างองค์กร ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการเจรจาต่อรองทางการค้าและการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ถึงแม้ว่าสถานการณ์การแข่งขันทวีความรุนแรง แต่ด้วยอุปนิสัยของผู้ประกอบการไทยมีความเป็นมิตร สามารถยืดหยุ่นและปรับตัวกับพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่าย

3. ด้านการจัดการฐานทรัพยากร ประเทศไทยมีจุดอ่อนด้านความปลอดภัย ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก โดยรัฐบาลยังไม่สามารถควบคุมฐานทรัพยากรด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายทำให้ขาดเสถียรภาพ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างกัน ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ที่แวดล้อมหลายประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสในการขยายธุรกิจและการมีฐานกลุ่มค้าเพิ่มขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบธุรกิจพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุรูปแบบธุรกิจมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรูปแบบห้างหุ้นส่วนมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในระดับสูงกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น อาจเป็นเพราะมีการบริหารงานที่ชัดเจนมากกว่า ทำให้ช่วยพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่รอดและเติบโตท่ามกลางในยุคโลกาภิวัตน์

2. การพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์กร ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

โดยนำเสนอตามผลการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

2.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิจัยยอมรับสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์การทำงานมาก และตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อย และมีตำแหน่งหน้าที่อื่นๆ ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อนที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน นั่นหมายถึง คุณลักษณะดังกล่าวไม่มีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการธุรกิจนำเที่ยว จึงปฏิเสธ

สมมุติฐานการวิจัย โดยในภาพรวมคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพขององค์การ

2.2 ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวผลการวิจัยยอมรับสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่าผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิ และสาขาจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิ 1.01 ล้านบาทและมากกว่า และจดทะเบียนธุรกิจ ในสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่า และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาอื่น ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่มีประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียนธุรกิจ และจำนวนพนักงานประจำที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน นั้นหมายถึง ลักษณะธุรกิจนำเที่ยวดังกล่าวไม่มีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการธุรกิจนำเที่ยว จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยโดยในภาพรวมลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจ ทั้งที่เป็นตัวแทนของธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือของนักท่องเที่ยว

2.3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน แบ่งรายละเอียดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

2.3.1 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ผลการวิจัยยอมรับสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถถูกพัฒนามาจากประสบการณ์โดยตรงของผู้ให้ข้อมูล จึงต้องพิจารณาทั้งทักษะและความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถใช้ทักษะเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ซึ่งมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล ส่วนการมีบุคลิกภาพที่กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะอุปนิสัยของคนไทยที่มีความเต็มใจในการให้บริการ ช่วยกระตุ้นให้เกิดความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ยกเว้นบุคลิกภาพแบบห้วนไหวที่ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจาก การที่มีความรู้ลึกซึ้งอัดใจต้องเก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อต้องเผชิญกับบุคคลที่มีลักษณะจู้จู้จุกจิก ซึ่งไม่สามารถควบคุมความต้องการของตนจากสิ่งเร้าได้ อาจเกิดผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นงานบริการ จึงแทบไม่มีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ในขณะที่การสร้างการจูงใจต้องเกิดจากความรู้สึกที่อยากจะทุ่มเททำงานด้วยความเต็มใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรต้องให้ความไว้วางใจคนร่วมงานให้มีกำลังใจและเกิดความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จต่อองค์การ

2.3.2 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มผลการวิจัยยอมรับสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการที่พนักงานได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นที่อย่างชัดเจนก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์การอย่างมาก ผู้ให้ข้อมูลจึงต้องอาศัยสติปัญญาความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญจากบุคลากรทุกฝ่ายมาช่วยกันวางแผนจัดนำเที่ยวร่วมกันอย่างเป็นระบบ ถึงแม้ว่าธุรกิจนำเที่ยวจะมีการจ้างพนักงานประจำค่อนข้างน้อย แต่ก็สะดวกสำหรับกระบวนการทำงานที่ให้พนักงาน

ทุกคนเข้ามาร่วมกันคิดแก้ไขปัญหาอย่างทัน่วงทีกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและยึดการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่เป็นหลักในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง โดยเฉพาะการเอาชนะระหว่างกัน ด้วยอำนาจบังคับให้อีกฝ่ายหนึ่งอยู่ในภาวะจำยอม และการหลีกเลี่ยงไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ปัญหา ซึ่งมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่างๆ จึงไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นการที่จะให้บุคลากรร่วมกันแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ในการทำงาน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้บุคลากรเข้าใจว่าความขัดแย้งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิดความคิดใหม่ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกัน แต่ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ดีภายในองค์กร

2.3.3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นในการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยวบริการใหม่ๆ ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้เปรียบเสมือนใบเบิกทางในการริเริ่มสร้างสรรค์องค์การให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากสามารถนำมาปรับใช้ในการบริหารงานได้อย่างเหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ

ซึ่งทุกวันนี้ผู้ให้ข้อมูลยังขาดความเข้าใจและทักษะในด้านการตลาดเชิงรุก ทำให้เสียเปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้ง่าย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐเป็นบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ให้ข้อมูลให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ว่านวัตกรรมเป็นบทบาทสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลต้องมีความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ในการช่วยสร้างความแตกต่างของนวัตกรรมให้กับองค์การ และที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการเข้ามาใช้สถานที่อย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดการจัดการที่ดีของภาครัฐ ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่เป็นจุดแข็งของไทย ดังนั้นการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกลางในการกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยวเช่นกัน และผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ว่าเครือข่ายคือหัวใจของกระบวนการทำงานในธุรกิจนำเที่ยว ที่จะสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งทางออกของการแก้ปัญหานี้คือ ผู้ให้ข้อมูลควรรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคม เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า กำหนดราคาเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง หลังจากนั้นมองหาโอกาสช่องทางการทำตลาดใหม่ด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจอย่างยั่งยืน แต่ยกเว้นผู้ให้ข้อมูลที่มีการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันพบว่า ไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมที่นับถือศาสนาพุทธซึ่งเป็นศาสนาแห่งอิสรภาพ ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถปรับตัวได้ง่ายกว่าชาติอื่นมีความยืดหยุ่นเอื้อต่อการทำธุรกิจจนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวต่างชาติยอมรับ ดังนั้นโครงสร้างการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร ควรเป็นแบบเมทริกซ์ ซึ่งทำให้ทุกคนต้องทำงานที่หลากหลาย

เพื่อเพิ่มความกระฉับกระเฉงและให้งานเสร็จทันเวลา ซึ่งเหมาะสมกับธุรกิจนำเที่ยวที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว และในด้านสภาพแวดล้อมองค์การ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลต้องเผชิญกับข้อจำกัดในสถานการณ์การท่องเที่ยว เนื่องจากที่ผ่านมารายได้และจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศลดลงอย่างมาก ซึ่งรัฐบาลต้องเป็นพลังผลักดันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถควบคุมไปในทิศทางที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้ข้อมูล

3. การเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจ มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยปฏิเสฐสมมุติฐานการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากในแต่ละรูปแบบธุรกิจเป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น แล้วแต่ว่าผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจของตนเป็นไปในรูปแบบธุรกิจใด ดังนั้นความแตกต่างขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ภายในองค์การเท่านั้น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจนั้นอยู่รอดต่อไปคือ เงินทุน ที่ผู้ประกอบการต้องมีการจัดสรรและวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ และอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก แต่ในสายตาของนักท่องเที่ยวก็ยังมีภาพลักษณ์ที่ดีกับรูปแบบบริษัทจำกัดมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น เนื่องจากรูปแบบนี้มีการบริหารงานโดยคณะกรรมการ ซึ่งเกิดจากการรวมทุนของกลุ่มคนที่มีความสามารถไม่ต่ำกว่า 7 คน ดำเนินกิจการร่วมกันส่งผลให้เป็นกิจการที่มีความมั่นคง และมีความน่าเชื่อถือทั้งในตัวสินค้าและบริการ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสู่ระดับสากล ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ธรรมาภิบาลสร้างผู้นำสู่ระดับสากล

แนวทางการพัฒนา

1. กำหนดบทบาทของผู้ประกอบการอย่างชัดเจนให้มีความพร้อมในการถูกตรวจสอบเปิดเผยข้อมูลที่น่าเสนออย่างตรงไปตรงมามีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน

2. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือต่อความโปร่งใสความซื่อสัตย์ให้ผู้ที่มาใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการซื้อขายสินค้า/บริการ

3. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ยึดหลักธรรมาภิบาลและความถูกต้องชัดเจนในการประกอบธุรกิจ

4. พัฒนาจริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานให้กับผู้ประกอบการ

5. ผลักดันให้ผู้ประกอบการตระหนักในหน้าที่ มีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมใส่ใจในการแก้ปัญหาส่วนรวมมากกว่าส่วนตน

กลยุทธ์ที่ 2 มุ่งเน้นการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

แนวทางการพัฒนา

1. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ศึกษาความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง โดยไปทดลองใช้บริการ และติดตามข่าวสาร เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตนเอง
2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ความคิดในการสร้างสรรค์ โดยดึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่เป็นจุดเด่นทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมมาต่อยอดความคิดให้เกิดนวัตกรรมสินค้า/บริการ เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง
3. วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของคู่แข่ง เพื่อพิชิตใจลูกค้าในกลุ่มเดียวกัน เป็นการกระจายความเสี่ยงในการอยู่รอดของธุรกิจ
4. กระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ เช่น อบรมทั้งระดับชาติและนานาชาติ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จมากขึ้น
5. พัฒนาการเรียนรู้และฝึกหัดโดยนำประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ และมีความเชื่อมั่นในการแสดงพฤติกรรมออกสู่สาธารณชน
6. ยกย่องมาตรฐานของบัณฑิตเรียนรู้รายวิชาที่สอนเป็นผู้บริหารให้มีศักยภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ โดยเฉพาะการสอนภาษาที่ 3 (จีนรัสเซีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย) ประวัติศาสตร์ภูมิศาสตร์ของไทย ซึ่งหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวต้องยกระดับคุณภาพของบัณฑิตให้มากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างความเข้มแข็งของบุคลากร เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาให้เกิดความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มุ่งสู่การให้ความสำคัญในการจัดหาและเป็นช่องทางของตลาดบริการให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
2. ควรปรับเป็นโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ ซึ่งบุคลากรในยุคปัจจุบันต้องทำงานหลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับงานบริการ
3. ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ
4. ควบคุมคุณภาพบุคลากรในองค์การ ให้มีมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
5. เพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติซึ่งต้องมีการวางแผน ควบคุม ตรวจสอบ และประเมินผลการทำงานอยู่เสมอ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เรียนรู้ อยู่ร่วม อย่างเข้าใจบนความต่างของวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนา

1. เสริมสร้างและพัฒนาภาษาต่างประเทศให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ภาษาจีน รัสเซีย อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น เพื่อแก้ปัญหาหัวหน้าทัวร์ต่างชาติที่มาทำงานแทนมัคคุเทศก์ไทย
2. เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมระหว่างประเทศ เพื่อลดความแตกต่างในการร่วมงานและการให้บริการ

3. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกทีมงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งและให้มีมาตรฐานเดียวกัน

4. สนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจกับคนร่วมงาน มีความรู้สึกอยากจะทำหน้าที่ด้วยความเต็มใจ

กลยุทธ์ที่ 2 พันธมิตรทางธุรกิจ

แนวทางการพัฒนา

1. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ขยายเครือข่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกัน และสร้างความแข็งแกร่งเพื่อป้องกันนักลงทุนต่างชาติที่มีเงินทุนมากกว่าผู้ประกอบการไทย

2. สร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อลดการแข่งขันกันเอง และเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่ง

3. ผลักดันให้ผู้ประกอบการรวมตัวกันให้อยู่ในรูปแบบสมาคมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ สร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า การกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

4. สนับสนุนทำกิจการร่วมค้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เชื่อมโยงเข้ามาไทยก่อนที่จะตัดสินใจไปลงทุนยังประเทศเพื่อนบ้าน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างและเพิ่มมูลค่า

แนวทางการพัฒนา

1. กระตุ้นให้รัฐบาลเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่ายให้กับผู้ประกอบการ เพื่อขยายธุรกิจหรือการลงทุนไปต่างประเทศ เพราะการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ และส่งผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าคู่แข่ง

2. มุ่งเน้นจุดยืนที่แตกต่าง เพื่อหาช่องว่างการให้บริการที่ผู้ประกอบการรายอื่นยังไม่ได้พัฒนา และเน้นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รับรู้มากขึ้น

3. มุ่งเน้นการบูรณาการนวัตกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทเครือข่าย โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากความคิดและที่หลากหลายร่วมกันสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อความก้าวหน้าและเจริญเติบโตกับองค์กร

4. นำเอกลักษณ์ของคนไทยที่มีความนอบน้อม อ่อนน้อม ยึดหยุ่นสูง และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มาประยุกต์ในการทำงานด้วยการบริการที่เป็นมิตร และสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ

5. ให้การต้อนรับด้วยความยินดีเสมือนผู้รับบริการเป็นญาติ ด้วยความมีมิตรไมตรีจิต ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เป็นเจ้าของบ้านที่ดี

6. พัฒนาพฤติกรรมบริการ เพราะพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยต้องมีความกระฉับกระเฉงคล่องตัวกระทือร้อน ขณะให้บริการอย่างเหนือความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยใช้หลัก “สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ถูกใจ และคุ้มค่า”

กลยุทธ์ที่ 2 การตลาดเชิงบูรณาการ

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาศักยภาพในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยมีความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างช่องทางการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

2. สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นย้ำ “ความคุ้มค่า” ถือเป็นเรื่องสำคัญในภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงผันผวน เพื่อดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าหันมาใช้บริการของเราในที่สุด

3. รักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า/บริการให้เอื้ออำนวยต่อการใช้ประโยชน์และสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง

4. รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ โดยนำเสนอสินค้า/บริการที่แตกต่างไปจากที่เคยใช้บริการแล้ว และให้สิทธิพิเศษมากกว่าฐานลูกค้าใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจและมีความต่อเนื่องในการใช้บริการ

5. พัฒนาการขยายฐานธุรกิจลูกค้าให้กว้างขวาง และหลากหลายชนชาติมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยง โดยนำเสนอสินค้า/บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่มโดยเน้นกิจกรรมร่วมกับชุมชนมากกว่าการนำชมสถานที่

กลยุทธ์ที่ 3 การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนา

1. สร้างจิตสำนึกผู้ประกอบการให้รักษาการคงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของทรัพยากรและบริหารจัดการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศ

2. นำเสนอสินค้า/บริการในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคใหม่ เช่น “การท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว” “การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นการแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว

3. เพิ่มศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้วยการบูรณาการมุ่งเน้นสร้างคุณค่ากับชุมชนในท้องถิ่นโดยตรง เพื่อได้รับประโยชน์อย่างยุติธรรมระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการ

4. นำเที่ยวอย่างรู้คุณค่า โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับในศักยภาพของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อไม่ให้มีสภาพเสื่อมโทรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและปรับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของภาครัฐสู่การพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 รักษาเสถียรภาพการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนา

1. ปรับปรุงและควบคุมกฎหมายด้านการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียม และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

2. บังคับใช้กฎหมาย และบทลงโทษอย่างจริงจังโดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยและทรัพย์สิน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3. ดำเนินการวางเงื่อนไขที่รัดกุม ด้วยการอนุญาตให้บริษัททัวร์ต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย สามารถดำเนินการได้เพียงจัดนำเที่ยวเข้าประเทศเท่านั้น

4. แก้ไขปรับปรุงมาตรการความปลอดภัย และถูกการเอาเปรียบในการซื้อขายสินค้า/บริการของนักท่องเที่ยว

5. รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการคัดกรองผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมาบริหารให้มีทิศทางพัฒนาอย่างถูกต้องและชัดเจน

6. ควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละสถานที่และกลั่นกรองคุณภาพนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศ

7. สนับสนุนมาตรการป้องกันการทุจริตของบริษัทนำเที่ยว โดยให้สามารถตรวจสอบได้ที่สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หรือทางสื่อสังคมออนไลน์

8. สนับสนุนและประสานงานกับผู้ประกอบการให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอปัญหา และร่วมกันแก้ไขปัญหาออกมาเป็นรูปธรรมในรูปแบบกฎหมาย/พระราชบัญญัติ หรือนโยบาย ฯลฯ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้ยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2 การจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับการตลาดในยุคสมัยใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการและตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

2. พัฒนาข้อมูลด้านรายได้จากการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามประเภทการใช้จ่าย การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลกให้ทันสมัยและถูกต้องอยู่เสมอ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อพยากรณ์ในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ

3. เข้าร่วมกิจกรรมทุกช่องทางของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือในกลุ่มสมาคมที่จัดให้การสนับสนุนเผยแพร่สินค้าและบริการต่างๆ ในรูปแบบงานจัดแสดงสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ จะทำให้ฐานการตลาดกว้างขวางขึ้น

4. สร้างมาตรฐานความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการทุกสถานที่ภายในประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับตัวให้เชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน

แนวทางการพัฒนา

1. สร้างโอกาสด้านการค้าการลงทุนระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนและเชื่อมโยงธุรกิจกับกลุ่มประเทศ CLMV ในการขยายตลาด และเพิ่มอำนาจการแข่งขันทางธุรกิจนำเที่ยว

2. ประสานความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อเพิ่มพูนความแข็งแกร่งในการรองรับเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ในการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม และลดทอนอำนาจของนักลงทุนรายใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ

3. ส่งเสริมการเปิดการค้าเสรี เพื่อช่วยลดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างนักธุรกิจในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

จากการสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ นำมาซึ่งการอภิปรายผลการวิจัยตามกรอบทฤษฎีในการวิจัย สู่กรอบแนวคิดการวิจัยดังรายละเอียดบทที่ 2 ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยขอเสนองานวิจัยที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องจากงานวิจัยที่ค้นพบดังต่อไปนี้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำ
 เทียวของผู้ประกอบการมีประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัย
 ได้ดำเนินการอภิปรายผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้
 ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว (ด้านผู้นำระดับสากล การจัดการวัฒนธรรม
 ระหว่างชาติ และการจัดการฐานทรัพยากร) โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ นั้นแสดงว่า ต้องการพัฒนา
 ขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจ ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นเป็น
 จำนวนมาก แต่มีขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมลดลงในแต่ละปีสอดคล้องกับผลการวิจัยของ
 ธีววรรณ กนิษฐ์พงศ์ (2553: 71) กล่าวว่า ขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย สิงคโปร์และ
 มาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับต่ำสุด จึงควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน
 ในการขับเคลื่อนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของสภาเศรษฐกิจ
 โลก (World Economic Forum : WEF) ระบุถึง ผลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของ
 ประเทศไทยของ พ.ศ. 2554 อยู่อันดับที่ 38 ตกลงจากอันดับที่ 36 ในพ.ศ.2553 และนอกจากนี้เมื่อ
 เปรียบเทียบกับต่างประเทศ พบว่า ไทยมีอันดับความสามารถในการแข่งขันที่ต่ำกว่าประเทศในกลุ่ม
 ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน
 ของประเทศ, 2554: 2) ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นกับ
 ผู้ประกอบการที่จะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึง
 จำเป็นต้องมองหากลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวด้านผู้นำระดับสากลสูงกว่าด้านการ
 จัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และด้านการจัดการฐานทรัพยากร ทั้งนี้เนื่องจาก การสร้างสรรคงานให้
 มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย และเปิดใจยอมรับคำ
 วิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่นเพื่อนำมาปรับปรุงตนเองนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของกริมย์ ถินถาวร,
 (2550: 67) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นมิตร
 กับผู้ร่วมงานทุกคน และกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานทำงานอุทิศตน เพื่อประโยชน์ส่วนรวม อีกทั้งเปิดโอกาส
 ให้ผู้ร่วมงานแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานมีความใฝ่รู้มากขึ้น
 อีกทั้งผลการวิจัยของแฮร์ริสและโมแรน (Harris and Moran, 1987: 171) กล่าวว่า การตระหนักใน
 ตนเองคือการรู้จักตนเองและบทบาทหน้าที่ ซึ่งเป็นหนึ่งในการสร้างคุณค่าและฐานคติของตนได้ทราบ
 จุดแข็งและจุดอ่อน จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตนเอง ในขณะที่สปริทเซอร์และ
 คณะ (Spreitzer et al., 1997: 42) พบว่าการมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการแสวงหาโอกาสในการ
 เรียนรู้และเปิดโอกาสให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ เป็นการได้สัมผัสกับสิ่งใหม่และเรียนรู้แบบเชิงรุกใน
 ระดับผู้นำสากล

2. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบอันเนื่องมาจากความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ

2.1 ความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบอันเนื่องมาจากความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์การทำงานมาก และตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อย และมีตำแหน่งหน้าที่อื่นๆ แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีศักยภาพในการดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปราณี ศรีฉัตรวิมล และคณะ (ม.ป.ป.:2) ระบุว่า นักธุรกิจบริษัทข้ามชาติส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับผู้บริหารระดับสูงที่เป็นคนไทยให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์การเช่นเดียวกับผลการวิจัยของ สตะเวทิน (2533: 112) พบว่าสถานภาพทางสังคมของบุคคลมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของคน ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันค่อนข้างน้อย สอดคล้องกับผลการวิจัยของสิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2555: 41) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี อีกทั้งส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวมาก่อนจัดตั้งธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมพบว่า ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ค่อนข้างน้อยจึงได้จัดโครงการส่งเสริมบัณฑิต ผู้ว่างงาน และพนักงานลูกจ้างที่มีศักยภาพให้สร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจด้วยตนเองให้สามารถขยายธุรกิจต่อไปในอนาคตได้ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ทำงานมานานจะมีผลงาน และมีความพึงพอใจในงานสูงซึ่งประสบการณ์การทำงานเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลงานได้ (พิภพ วังเงิน, 2547: 49) เช่นเดียวกับผลการวิจัยของบอสและฟอร์สแมน (Borch and Forsman, 2005: 8-22), แกรนท์ (Grant, 1996: 120-121) และฮอลล์ (Hall, 1993: 616) ที่พบว่า ประสบการณ์ของผู้บริหารมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ อีกทั้งยังมีผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้มนัสนันท์มณีชัย (2551: 112) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกัน ทำให้องค์การธุรกิจเกิดความแตกต่าง นั่นคือ ผลการปฏิบัติในระยะยาวในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ด้านธุรกิจนำเที่ยวที่เคยมีมาก่อนที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน นั้นหมายถึง คุณลักษณะดังกล่าวไม่มีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจิตราวรรณ ถาวรวงศ์สกุล (2554: 129-130) พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำงานไม่ต่างกัน

2.2 ความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบอันเนื่องมาจากความแตกต่างในลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิ และสาขาจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ให้

ข้อมูลที่มีรายได้สุทธิ 1.01 ล้านบาทและมากกว่า และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าที่ยาวสูงกว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิ 1 ล้านบาทและต่ำกว่า และจดทะเบียนธุรกิจในสาขาอื่น ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจอยู่ในสาขาภาคกลาง เพราะว่าภูมิภาคนี้มีจำนวนจังหวัดมากที่สุดถึง 28 จังหวัด ตลอดจนเป็น ศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร และความเจริญของประเทศในทุกๆ ด้าน ดังผลการวิจัยของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ(มปป: 6) ที่กล่าวว่า การลงทุนของกลุ่มนักธุรกิจไม่เกิดความสมดุลอย่างมากระหว่างการขยายตัวของห้องพักกับจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้สุทธิเท่ากับและต่ำกว่า 1 ล้านบาทต่อปี อาจเนื่องมาจากธุรกิจนำเข้าประสบกับปัญหาเศรษฐกิจซบเซาต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนชะลอการเดินทางเข้ามาในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2557) และสอดคล้องกับผลการรายงานการท่องเที่ยวระหว่างเดือนมกราคม-เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 (กรมการท่องเที่ยว,2557:5) กล่าวว่า จำนวนนักท่องเที่ยวหดตัวถึงร้อยละ 10.47 และรายได้จากการท่องเที่ยวหดตัวถึงร้อยละ 7.59 เมื่อเปรียบเทียบในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งการหดตัวดังกล่าวเป็นผลจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว เป็นผลสืบเนื่องมาจากวิกฤตความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งในด้านความปลอดภัยจากการที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาด้านการเมือง เช่นเดียวกับผลการวิจัยของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร(2529: 312) ระบุว่า รายได้เป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนสถานภาพที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของมนัสนันท์มณีชัย(2551: 114) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีจำนวนเงินทุนแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพทางพันธมิตรด้านความร่วมมือแตกต่างกัน โดยเฉพาะการมีตลาดใหม่ หรือนำเทคโนโลยีมาใช้ จึงจำเป็นต้องมีเงินทุนในการประกอบธุรกิจ เพราะองค์การต้องก้าวล้ำคู่แข่งขั้นให้สามารถนำพาไปสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่มีประเภทธุรกิจ หุนจดทะเบียนธุรกิจ และจำนวนพนักงานประจำที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าที่ไม่แตกต่างกัน นั้นหมายถึง ลักษณะธุรกิจนำเข้าดังกล่าว ไม่มีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการธุรกิจนำเข้า

2.3 ความแตกต่างในขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเข้าของผู้ประกอบอันเนื่องมาจากความแตกต่างในการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงาน

2.3.1 การรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าด้านบุคลิกภาพที่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ ยกเว้นบุคลิกภาพแบบห้วนไหวต่อสถานการณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลรับรู้เพียงระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้ เนื่องจาก การที่มีความรู้สึกอึดอัดใจต้องเก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อต้องเผชิญกับบุคคลที่มีลักษณะจู้จู้จุกจิก ซึ่งไม่สามารถควบคุมความต้องการของตนจากสิ่งเร้าได้ อาจเกิดผลกระทบต่อธุรกิจนำเข้าที่เป็นงานบริการ จึงแทบไม่มีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเข้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอา อา แมคแคร่ และพีที คอสต้า (R.R. Macrae and P.T. Costa, 2004: 588) ระบุว่า บุคลิกภาพมีผลกระทบต่อคุณลักษณะของงาน และความต้องการประสบความสำเร็จ ฉะนั้นบุคลิกภาพของคนจะเป็นกระจกส่องบุคลิกภาพขององค์การและสังคมนั่นเอง (พิภพ วชังเงิน,

2547: 157) ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่รับรู้ว่าการมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถถูกพัฒนามาจากประสบการณ์โดยตรงของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแบนดูรา (Bandura, 1997: 2) ได้กล่าวว่าบุคคลที่มีการรับรู้ในความสามารถของตนเองสูง มักจะเลือกทำงานที่มีลักษณะท้าทาย กระตือรือร้น ต้องการความสำเร็จสูง ใช้ความพยายามนานกว่าบุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถต่ำ และจะไม่ท้อถอยเมื่อเผชิญกับอุปสรรคหรือสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการสร้างการจูงใจต้องเกิดจากความรู้สึกที่อยากจะทำหน้าที่ด้วยความเต็มใจ โดยในการปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถจะส่งผลให้งานนั้นประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจนำเที่ยวมีการแข่งขันสูง ดังนั้นผู้ประกอบการต้องตระหนักว่า พนักงานทุกคนคือกำลังสำคัญในการที่จะปฏิบัติ และร่วมนำพาองค์กรให้อยู่รอดในยุคแห่งการแข่งขันนี้ จะส่งผลต่อการจูงใจให้นำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของวิเชียร วิทยอดม (2554: 131) การสร้างการจูงใจในการทำงานเป็นบทบาทสำคัญในการทำงานของบุคลากร และทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ และผลการวิจัยของณิรพัฒน์ แผ่นทอง (2548: 13) ยังพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน

2.3.2 การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับกลุ่มผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับกลุ่มที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการที่พนักงานได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างชัดเจน ลักษณะการทำงานจะต้องมีการร่วมมือกับบุคลากรในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าเป็นการทำงานร่วมกันของบุคลากรภายในองค์กรที่มีเป้าหมายเดียวกัน เป็นพื้นฐานที่สำคัญอย่างยิ่งในการนำไปพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชัย พูลวิวัฒน์ชัยการ (2556: 52) พบว่า การทำงานเป็นทีมที่มีการสื่อสารดีและเปิดเผย ส่งผลต่อประสิทธิผลของการทำงานของพนักงานและของพิชาย รัตนดิลล (2552: 265) กล่าวอีกว่า การดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบันนี้สิ่งที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จขององค์กรได้ คือ การมีส่วนร่วมของบุคลากร จึงก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งหัวใจของทีมงานคือ การมีข้อผูกมัดร่วมกันทำให้กลายเป็นพลังในการทำงานแบบร่วมมือกัน ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่มพบว่า พนักงานในองค์กรมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่างๆ ไม่สามารถเสริมสร้างให้เกิดขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยดังกล่าวขัดแย้งกับของจอห์นสัน และจอห์นสัน (Johnson and Johnson, 1987: 273) ระบุว่า กลยุทธ์ในการจัดการความขัดแย้งระหว่างบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ และหาวิธีการใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความขัดแย้ง

2.3.3 การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับองค์กรผลการวิจัย พบว่าผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับองค์กรที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านการมุ่งการเรียนรู้ ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ในการถ่ายทอดความรู้ใหม่เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยว/การบริการใหม่ๆสามารถ

นำมาปรับใช้ในการบริหารงานได้อย่างเหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิเชียร วิทยอุดม, 2554: 15) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมีการฝึกฝนหรือกำหนดสถานการณ์ขึ้นมาเพื่อช่วยให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น จะสามารถเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถของบุคคลได้อย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับผลการวิจัยของเลนและลูเบทกินน์ (Lane and Lubatkin, 1998: 461) ระบุว่า การสร้างและการถ่ายทอดความรู้คือสิ่งสำคัญสำหรับขับเคลื่อนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้กับองค์การ ในขณะที่ด้านวัฒนธรรมองค์การพบว่า บุคลากรทุกคนต้องร่วมแรงร่วมใจทำหน้าที่หลากหลายบทบาท ซึ่งสามารถช่วยให้การทำงานเสร็จทันเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิญญา แจ่มแจ้ง(2551:6) กล่าวว่า การหล่อหลอมพนักงานให้มีความมุ่งมั่นในการทำงานที่สามารถผลักดันให้เกิดผลิตภาพสูงสุดในการทำงาน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของเกรียงไกร พันธุ์ไทย(2552: บทคัดย่อ) ระบุว่า พฤติกรรมผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการทำงานในองค์การเน้นการปรับตัว กิจกรรมการฝึกอบรม และกิจกรรมการพัฒนาของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน ส่วนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรมองค์การ ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความผันผวนของเศรษฐกิจโลก จึงทำให้ผู้ประกอบการทั่วโลกต้องตื่นตัวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของซอลลีโล และแคสตันอน (Solleiro and Castanon, 2005: 1059) พบว่า อุปสรรคของการพัฒนาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มาจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับมหภาค จึงควรวิเคราะห์ถึงปัจจัยพื้นฐานด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นสำคัญยิ่ง อีกทั้งในด้านเครือข่ายองค์การพบว่า การรับรู้และความเข้าใจที่ตรงกันทำให้เครือข่ายธุรกิจดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง เพราะหัวใจของกระบวนการทำงานในธุรกิจนำเที่ยวคือ การประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิชาติ ศรีสวัสดิ์(2553: 2) พบว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นกรอบแนวคิดในเชิงยุทธศาสตร์สู่ออนาคต ให้เติบโตท่ามกลางยุคโลกาภิวัตน์มั่นคงปลอดภัยอย่างยั่งยืน ส่วนด้านสภาพแวดล้อมองค์การผู้ให้ข้อมูลรับรู้ปัจจัยการผลิตสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเกรवाल และทานซูฮัจ(Grewal and Ransuhaj, 2001: 76) พบว่า การตลาดเป็นผลสะท้อนให้องค์การต้องหันมาเรียนรู้สภาพแวดล้อมขององค์การ เพราะสามารถช่วยในการปรับตัว และแก้ปัญหาเชิงรุกในองค์การที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของธวัชวรรณ กนิษฐ์พงศ์(2553: 71) ที่กล่าวว่า ควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน มีผลต่อขีดความสามารถการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีรูปแบบธุรกิจ (บริษัท จำกัด ห้างหุ้นส่วน และเจ้าของคนเดียว) ที่แตกต่างกัน มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6) ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 8 ราย ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า เป็นเพียงการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายเท่านั้น แล้วแต่ว่าผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจของตนเป็นไปในรูปแบบธุรกิจใด ดังนั้นความแตกต่างขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ภายในองค์การเท่านั้น ซึ่งการจดทะเบียนธุรกิจในรูปแบบต่างๆ มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการตัดสินใจและศักยภาพของผู้ประกอบการ ไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว แต่ในสายตาของนักท่องเที่ยวมีมุมมองว่าภาพลักษณ์

ในรูปแบบบริษัทจำกัดมีความน่าเชื่อถือในสินค้าและบริการ จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ฉะนั้นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจอยู่รอดต่อไปคือ เงินทุนจึงควรมีการวางแผนและจัดสรรเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ และอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก ทำให้บริหารงานภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมนัสพันธ์มณีชาติย์ (2551: 108-112) พบว่า การจดทะเบียนในรูปแบบของบริษัทจำกัด จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในวงการธุรกิจ และระบุอีกว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีจำนวนเงินทุนมากมีศักยภาพการแข่งขันด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัญหาสำคัญด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวซึ่งเป็นเพียงจักรสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นประโยชน์ของการวิจัยในครั้งนี้เสนอแนะแนวทางการปฏิบัติให้กับ 3 ภาคส่วน สามารถนำไปใช้ในทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยหรือผู้ที่สนใจที่เข้ามาทำธุรกิจนี้ในอนาคตตลอดจนข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการแก่หน่วยงานภาครัฐและภาครัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมต่างๆ ด้านธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย และสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ฯลฯ ตลอดจนเพิ่มพูนองค์ความรู้และสนับสนุนเชิงทฤษฎีที่ได้คัดเลือกมาจากการทบทวนวรรณกรรมครั้งนี้ และเสนอแนะแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปนอกจากนี้ผลการวิจัยยังเป็นประโยชน์ด้านวิชาการที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักวิชาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย

1. ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

การศึกษาด้านขีดความสามารถในการแข่งขันมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลากหลายทฤษฎี การวิจัยครั้งนี้ได้นำทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์, ทฤษฎีผู้ประกอบการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน โดยศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีความเป็นผู้นำระดับสากล ทฤษฎีการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และทฤษฎีการจัดการฐานทรัพยากร มาบูรณาการร่วมกันในการทำความเข้าใจหลักการที่เป็นเป้าหมายคือ “ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย”

ซึ่งผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณของบทที่ 4 และในเชิงคุณภาพของบทที่ 5 พบว่า มีข้อค้นพบที่สนับสนุนทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นคือ การได้มาซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการได้นั้นต้องมีความเป็นผู้นำระดับสากล สามารถจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ และจัดการฐานทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งผลการศึกษาเชิงปรากฏการณ์ในครั้งนี้ ช่วยเพิ่มพูนและสนับสนุนองค์ความรู้ของทฤษฎีการพัฒนาทุน

มนุษย์, ทฤษฎีผู้ประกอบการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืน มาบูรณาการร่วมกันได้ดี ในการนำเสนอเชิงยุทธศาสตร์ โดยผลการวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการนั้นคือ การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล, กลุ่ม และองค์การ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีสำหรับผู้วิจัยในครั้งต่อไป หากมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีอีกประการหนึ่งของการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผลการวิจัยครั้งนี้เกิดขึ้นจากการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กัน ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 371 ราย โดยมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง, ผู้บริหารระดับกลาง และเจ้าของกิจการ จึงมีความเหมาะสมกับการเป็นตัวแทนระดับองค์การในการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ดังนี้

1.1 ยึดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการสู่การเป็นผู้นำระดับสากล โดยพัฒนาจริยธรรม จรรยาบรรณตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมในการกำหนดบทบาทกระบวนการทำงานอย่างชัดเจนโปร่งใส ซื่อสัตย์ สำหรับการถูกตรวจสอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว และสามารถเปิดเผยข้อมูลให้กับผู้มาใช้บริการอย่างตรงไปตรงมาได้ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ

1.2 มุ่งเน้นการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ควรมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ โดยพัฒนาและฝึกหัดจากการนำประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ และที่สำคัญควรวิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียและความเคลื่อนไหวจากคู่แข่ง โดยไปทดลองใช้บริการคอยติดตามข่าวสาร เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงในการอยู่รอด ซึ่งเป็นพื้นฐานของแนวความคิดยุคใหม่ สามารถที่จะทำนายการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ควรนำเอกลักษณ์ความเป็นไทยมาต่อยอดความคิดให้เกิดนวัตกรรมที่แตกต่างจากคู่แข่ง

1.3 สร้างความเข้มแข็งของบุคลากร เพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์อย่างมีมาตรฐานในการทำงานและการบริการ โดยปรับเปลี่ยนเป็นโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ ซึ่งต้องทำงานหลากหลาย ให้เสร็จทันเวลา และให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งต้องมีความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเครื่องมือการตลาดที่ให้การบริหารจัดการเติบโตอย่างยั่งยืน

1.4 พัฒนาการเรียนรู้ และอยู่ร่วมอย่างเข้าใจบนความต่างของวัฒนธรรม เสริมสร้างพัฒนาภาษาต่างประเทศให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ภาษาจีน รัสเซีย อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น เพื่อแก้ปัญหาคนต่างชาติที่ทำงานแทนคนไทย ให้บริการ โดยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถคัดเลือกทีมงานร่วมกับบริษัทอื่นที่สนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจ ลดความแตกต่างในการร่วมงานและการต่างชาติ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างชาติและต้องอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน

1.5 สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อลดชิงดีชิงเด่นแข่งขันกันเอง จึงควรผลักดันให้รวมตัวกันอยู่ในรูปแบบสมาคม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า และที่เป็นปัญหาสำคัญคือ ควรพิจารณาให้มีการกำหนดราคาเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจ และควรขยายเครือข่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกัน โดยทำกิจการร่วมค้ากับนักลงทุนต่างชาติก่อนที่จะตัดสินใจไปลงทุนยังต่างประเทศเพื่อนบ้าน

1.6 มุ่งเน้นการสร้างและเพิ่มมูลค่า บูรณาการนวัตกรรม โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบริษัทเครือข่าย เพื่อหาช่องว่างในการบริการที่ผู้ประกอบการรายอื่นยังไม่ได้พัฒนา และเน้นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รับรู้มากขึ้น โดยนำเอกลักษณ์ของคนไทยมาประยุกต์ในการทำงาน เช่น มีความอบอุ่น ยืดหยุ่นสูง อดทน และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีความกระฉับกระเฉง คล่องตัว และกระตือรือร้นขณะให้บริการ ซึ่งเป็นพฤติกรรมบริการที่จะสร้างความสุขให้กับผู้ร่วมงานและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

1.7 พัฒนาการตลาดเชิงบูรณาการ โดยสร้างช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้ง่ายมากขึ้น ไม่ซ้ำซ้อน ซึ่งนับว่ามีบทบาทสำคัญมากในการอำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า/บริการ โดยเน้นย้ำ “ความคุ้มค่า” เพื่อดึงดูดความสนใจให้กับฐานลูกค้าเดิม โดยเสนอสิทธิพิเศษที่แตกต่างหรือมากกว่าฐานลูกค้าใหม่ให้หันมาใช้บริการอีกครั้ง และควรขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวาง โดยเน้นความหลากหลายมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ เช่น การขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่ม โดยเน้นกิจกรรมร่วมกับชุมชนมากกว่าชมเพียงแค่สถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น

1.8 สร้างจิตสำนึกในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้รักษาการคงอยู่ของอัตลักษณ์โดยการนำเสนอสินค้า/บริการในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เช่น การท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เป็นการนำเที่ยวอย่างรู้คุณค่า โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับศักยภาพของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มุ่งเน้นการสร้างคุณค่ากับชุมชนในท้องถิ่นโดยตรง เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์อย่างยุติธรรมระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการ

1.9 ปรับตัวให้เชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน โดยสร้างโอกาสการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ เช่น กรอบความร่วมมือของกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง หรือโครงการพัฒนาเศรษฐกิจสามฝ่าย ฯลฯ ที่เข้ามาลงทุนในไทย ควรขยายการตลาด เพื่อเพิ่มอำนาจการแข่งขันทางนวัตกรรมการท่องเที่ยวให้อยู่ในรูปแบบที่แตกต่างจากคู่แข่ง และส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม เพื่อช่วยลดทอนอำนาจและความไม่เท่าเทียมกันของนักลงทุนรายใหญ่ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม อันประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 4 ราย 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 14 ราย และ 3) นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 4 ราย รวมทั้งสิ้น

20 ราย เพื่อนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปใช้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้กับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจนำเที่ยว โดยสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมด้านธุรกิจนำเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้กับผู้ประกอบการ ดังนี้

1.1 รักษาเสถียรภาพการท่องเที่ยว ด้วยการแก้ไขปรับปรุงมาตรการความปลอดภัย การเอาต์เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และควบคุมกฎหมายด้านการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน ให้เป็นธรรมกับทุกฝ่าย อีกทั้งควรบังคับใช้กฎหมาย และบทลงโทษอย่างจริงจัง โดยเฉพาะควรดำเนินการวางเงื่อนไขที่รัดกุมในการดูแลความปลอดภัยและทรัพย์สิน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง แต่ต้องกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อจำกัดขีดความสามารถในการรองรับแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว และอนุญาตให้บริษัทนำเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย สามารถดำเนินการได้เพียงการจัตนำเที่ยวนักท่องเที่ยวเข้าประเทศเท่านั้น อีกทั้งสนับสนุนมาตรการป้องกันการทุจริตของบริษัทนำเที่ยว โดยร่วมมือกับสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว และมีคณะที่ไปตรวจสอบความถูกต้องในกระบวนการทำงานให้มีความโปร่งใส ในขณะเดียวกันต้องประสานงานกับผู้ประกอบการให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ การทำความเข้าใจ เพื่อแก้ไขปัญหาออกมาเป็นรูปธรรมในรูปแบบของกฎหมาย/พระราชบัญญัติ หรือนโยบายต่างๆ

1.2 บริหารจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ควรเป็นศูนย์กลางในการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและแม่นยำ เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้พยากรณ์อนาคตในการขยายฐานธุรกิจให้กว้างขวาง เช่น รายได้จากการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวตามภูมิภาค และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลก อีกทั้งควรจัดกิจกรรมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้เผยแพร่สินค้า/บริการ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ต้องพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับการตลาดในยุคสมัยใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัยทุกสถานที่ภายในประเทศ

1.3 สนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวกับโครงการระหว่างประเทศ เน้นแนวช่องทางการสร้างโอกาสการค้าและการลงทุน ในการประสานความร่วมมือ และเชื่อมโยงธุรกิจของโครงการระหว่างประเทศที่ภาครัฐเข้าไปเป็นสมาชิก เพื่อลดทอนอำนาจและความไม่เท่าเทียมกันของนักลงทุนรายใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย

4. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้พิจารณาวิเคราะห์สภาพปัญหาด้านวิชาการในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1. ควรเป็นตัวกลางในการประสานทางวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อจัดฝึกอบรมการเรียนรู้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีศักยภาพในด้านการตลาดเชิงบูรณาการภาษาต่างประเทศ (จีน รัสเซีย อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น) วัฒนธรรมระหว่างประเทศ พฤติกรรม

นักท่องเที่ยวในแต่ละชนชาติ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการพัฒนาจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ อีกทั้งควรยกระดับมาตรฐานคุณภาพนักศึกษาให้เรียนรู้รายวิชาเกี่ยวกับการเป็นผู้บริหารที่มีศักยภาพประวัติศาสตร์ และภูมิศาสตร์ของไทย นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวิชาการและประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษา เพื่อช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัย ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย งานวิจัยครั้งนี้ ไม่อาจจะครอบคลุมประเด็นต่างๆ ได้ทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาธุรกิจนำเที่ยวในเชิงลึกโดยเจาะจงประเภทธุรกิจนำเที่ยว 4 ประเภทคือ การจ้ดนำเที่ยวเข้าประเทศ การจ้ดนำเที่ยวภายในประเทศ การจ้ดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ และการจัดการนำเที่ยวต่างประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาแนวทางพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะราย

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการติดตามผลหลังจากใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้กับผู้ประกอบการและปรับปรุงยุทธศาสตร์เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

จากการสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น สามารถเป็นตัวชี้วัดได้ว่าผลในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันจะส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการต่อไป



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรกช ฐิติวิกรานต์ โชนงนุช. (2551). “พฤติกรรมการค้าเน้นกิจกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กรมการท่องเที่ยว. (2556). รายงานจำนวนผู้ขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวรายใหม่. เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน. เข้าถึงได้จาก <http://122.155.9.59:8081/stm4/NewReport/report507.jsp>.
- _____. (2557). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวกรกฎาคม 2557**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2558). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวธันวาคม 2557**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.(2548). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โอกาสทางการค้าและการลงทุนของไทย**. นนทบุรี: สำนักเอเชียตะวันออก.
- _____. (2555). **ความเป็นมาของ AEC (Asean Economics Community)**. เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก http://www.dtn.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=7063:-aec&catid=304:aecasean.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559)**. เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=4147.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **สถานการณ์การท่องเที่ยว ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มกราคม-กันยายน ปี 2556**. ฉบับที่ 1/2557 ประจำเดือนมกราคม-มีนาคม. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 25 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-web-etatjournal/menu-2014-jan-mar/160-12557-situation>
- กิตติตย์คานนท์. (2535). **เทคนิคการสร้างภาวะผู้นำ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เซซฐ์การพิมพ์.
- กীরติ ทวีทรัพย์. (2556). **ทำไมสิงคโปร์จึงเป็นประเทศที่น่าลงทุนอันดับ1 ของโลก?**. เข้าถึงเมื่อ 27 มิถุนายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/522>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2556). **เอกชนชี้ไทยไร้ขีดความสามารถวันเสียเปรียบเสรีบริการอาเซียน**. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/735#ixzz2MT5hDhHJ>.
- _____.(2006). **ทักษิณพบ 350 นักธุรกิจวันนี้ หอการค้าแนะเลื่อนเอฟทีเอ 5 ปี**. เข้าถึงเมื่อ 4 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.tdri.or.th/fta/newsUpdate05.html>.
- เกิตศิริ เจริญวิศาล. (2552). “รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการพัฒนาการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. (2552). “อิทธิพลของพฤติกรรมผู้นำวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรและ กิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์.
- กัญญาภัค ยามาโมโต้. (2551). “การสร้างรูปแบบเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ นันทนาการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กัญญา สุวรรณแสง. (2533). **การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัว**. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ขวัญชัย พูลวิวัฒน์ชัยการและ สุทธิรัตน์ พรหมสุวรรณ. (2556). **ระบบการทำงานและการทำงาน เป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ (ย่านสีลม)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คณินิจ อนุโรจน์, นาวาอากาศโทหญิง. (2011). **AEC Challengers in Health Service**. กรุงเทพฯ: กองนโยบายและแผน สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ กองบัญชาการกองทัพไทย.
- จรรยา สุวรรณทัต และ ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์. (2529). **จิตวิทยาทั่วไป**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จารุมา อชกุล. (2543). **การวิเคราะห์สถานภาพความสามารถในการแข่งขันของไทยในเศรษฐกิจโลก**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จิตราวรรณ ถาวรวงศ์สกุล. (2554). “การศึกษาปัจจัยกระบวนการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงานระดับ 2-7 ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่.” วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิระประภา อัครบวร. (2549). **สร้างคนสร้างผลงาน**. กรุงเทพฯ: ก.พลพิมพ์ (1996).
- จริยา ตันติพงษ์อนันต์. (2549). “บุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP 4-5 ดาว ประเภทอาหาร.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศาสตร์ สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- จันทร์สุดา ภูลันแก้ว. (2555). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. เข้าถึงเมื่อ 27 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://pat52junsuda.blogspot.com>.
- จรัมพร ประถมบุรณ์. (2547). **การพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้เป็นเลิศในกระบวนการยุติธรรมทางปกครอง**. กรุงเทพฯ: ศาลปกครอง.
- จารุวรรณ พุ่มบัว. (2551). “การศึกษาขีดความสามารถการแข่งขันอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เจียรไนภัทราคม. (2552). “การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่อัน เนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจและการเมืองไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- จีระ หงส์ลดารมภ์. (2555). **8 k's + 5 K's ทุมนมนุษย์ของคนไทยรองรับประชาคมอาเซียน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท เอเชียแปซิฟิคคอนซัลแตนท์ จำกัด.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554). “ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล: ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารรัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2547). **การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- _____. (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ชลามรินทร์ สมพงษ์. (2553). “มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชนิตร์สรณ์ ศรีวิทยาภูมิ. (2548). **ชนชั้นสังคมและฐานะ**. เข้าถึงเมื่อ 5 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.ismed.or.th/SME/src/upload/knowledge/1181553076466_d11b402c49.pdf.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2552). **จริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.
- ชูชัย สมितिไกร. (2550). **การสรรหา การคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติพงศ์ ไชยองค์การ. (2552). “การพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการฟาร์มสัตว์น้ำอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ณรงวิทย์ แสนทอง. (2547). **มารู้จัก Competency กันเถอะ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอชอาร์เซ็นเตอร์.
- ณิรพัฒน์ แผ่นทอง. (2548). “ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและความรักในที่ทำงานที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ณัชชามน แสงสุข. (2550). “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง บุคลิกภาพ พฤติกรรมการจัดการและความสำเร็จในอาชีพของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐภูมิ วิเศษ. (2552). **คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ในเขต กทม. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์**.
- _____. (2555). **ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี**. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ดำรง วงษ์โชติปิ่นทอง. (2552). **คัมภีร์ห้าเหรียญ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.

- ดำรงควิฑ์ รัตน์ฟวงค์. (2553). “การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการความขัดแย้งของผู้นำชุมชน.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎับัณฑิต สาขาวิชาบริหารศาสตร สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ทง พทยะ. (2539). การเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย. กรุงเทพฯ :
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- ทวีศักดิ์ สุทกวาทิน. (2548). การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ
แข่งขัน. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร.
- ชนกฤต สังข์เขย. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ**. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- _____. (2555). “ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.” **วารสารมนุษยศาสตร
และสังคมศาสตร มหาวิทยาลัยมหาสารคาม** 31, 5 (กันยายน – ตุลาคม):61-72.
- ธรรมศักดิ์ ศรีสงคราม. (2553). “การเปรียบเทียบสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของข้าราชการพล
เรือนจังหวัดมุกดาหารที่มีประสพการณ์การทำงานและสังกัดตามกลุ่มภารกิจต่างกัน.”
วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ:
ปัสซิเนสอาร์แอนด์ตี.
- ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. (2553). “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน:ความสำคัญและการเตรียมความพร้อม
ของไทย.” **วารสารมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติวิชาการ** 14, 27 (กรกฎาคม-
ธันวาคม): 106.
- ธีรยัส วัฒนาศุภโชค. (2556). **กลยุทธ์เพื่อการเติบโตสมัยใหม่**. เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก
[http://www.mbachula.info/ page detail.asp?nid=54,2554](http://www.mbachula.info/page_detail.asp?nid=54,2554).
- ธีรวิทย์ ภิญโญณัฐกานต์. (1995). “การเรียนภาษาต่างประเทศสำหรับคนไทย: ทำไมและอย่างไร.”
วารสารเทคโนโลยีสุนารี 2: 203-206.
- ธำรงค์ศักดิ์ คงคาสวัสดิ์. (2548). **เริ่มต้นอย่างไร เมื่อนำ Competency มาใช้ในองค์กร**. กรุงเทพฯ:
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ธัชวรรณ กนิษฐ์พงค์. (2553). “ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและความท้าทายของ
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.” **Nida Business Journal คณะบริหารธุรกิจ สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร**: 71-91.
- ธัญ ชรินทร์สาร. (ม.ป.ป.). **การวิเคราะห์คู่แข่ง 2 (ฐานคติและกลยุทธ์ของคู่แข่ง)**. เข้าถึงเมื่อ 3
ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/371635>.
- นภัสน สุวรรณ. (2555). “พฤติกรรมของผู้ประกอบการ SME ในการใช้บริการสินเชื่อจากทีมลูกค้า
ผู้ประกอบการนครศรีธรรมราชของธนาคารกสิกรไทย.” รายงานวิชาการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจ
ปัจจุบันคณะเศรษฐศาสตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2556). **การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา**. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร มหาวิทยาลัย
ศิลปากร.

- นิทัศน์ คณะวรรณ. (ม.ป.ป.). **กลยุทธ์ธุรกิจบริการและการสร้างมาตรฐานบริการให้โดนใจลูกค้า**. เข้าถึงเมื่อ 2 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.mga.co.th/viewmarketing.php?id=171>.
- นิภา วรรณนิชกุล. (2547). **เอกสารประกอบการสอน รายวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- _____. (2550). **เอกสารประกอบการสอน รายวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- นิสดารค์ เวชยานนท์. (2552). **มิติใหม่ในการบริหารสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: สำนักพิมพ์บริษัท เดอะกราฟิโก ซิสเต็มส์ จำกัด.
- นำชัย และสุนิลา ทนผล. (2547). **การถ่ายทอดเทคโนโลยีการจัดการการเกษตรและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่ยั่งยืนแก่เกษตรกร จังหวัดแพร่**. เชียงใหม่: สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นฤมล คงทน. (2549). “การพัฒนาการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน กรณีศึกษา คลัสเตอร์แปรรูปข้าว จังหวัดพิษณุโลก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บรรจง อมรชีวิน. (2553). **กลยุทธ์การเจรจาต่อรองข้ามชาติ**. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด.
- บวรลักษณ์ เงินมา. (2556). “คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาการบัญชีในความต้องการของสถานประกอบการในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บังอร ฉัตรรุ่งเรือง. (2554). **การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทสยามบุ๊คส์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **ภาพลักษณ์ของบริษัทนำเที่ยวที่มีนักธุรกิจไทยเป็นเจ้าของและบริษัทที่มีชาวต่างชาติร่วมทุนในมุมมองของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- _____. (2549). **ธุรกิจนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิตติ. (2530). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภัสสร เสวิกุล. (2556). **เรื่องของอัตลักษณ์**. คมชัดลึก. การเมือง: คอลัมน์เด็ด. เข้าถึงเมื่อ 2 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.komchadluek.net/detail/20130814/165772/เรื่องของอัตลักษณ์.html>.

- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2547). **การพัฒนาองค์กรเพื่อการเปลี่ยนแปลง**. กรุงเทพฯ: วิทยไพบูลย์
พริ้นติ้ง.
- ปรีทัศน์ โชคไพบูลย์. (2548). “พฤติกรรมจัดการความขัดแย้ง การพัฒนาตนเอง ที่ส่งผลต่อประสิทธิผล
ของทีมงาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ปรีชาแดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: บริษัทไฟว์แอนด์โฟร์
พริ้นติ้งจำกัด.
- ปาริชาติ บุญยะโรจน์. (2544). “รูปแบบ ความสัมพันธ์ และการสร้างสมการทำนายลักษณะผู้ประกอบการ
และภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ใน
ธุรกิจร้านหนังสือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและ
องค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยะ จินดาบวร. (2551). “ภาวะการณ์ทางานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหิดล ปีการศึกษา ๒๕๕๑.”
งานวิจัยการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
บูรพา.
- ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2535). **การวิเคราะห์ข้อมูลระดับมัลติแวลูเอท ในทางสังคมและพฤติกรรม
ศาสตร์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ปิ่นเกล้าการพิมพ์.
- ปวีณา สีนุรัตน์. (2546). “แรงจูงใจในการทำงานและบุคลิกภาพการปรับตัวเพื่อสู่ความเป็นเลิศของผู้
ที่ใช้วิชาชีพบัญชีในหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในอำเภอเมืองลำพูน.” วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผลิน ภู่อุญ. (2546). **การจัดการธุรกิจร่วมสมัย กรอบแนวคิดใหม่ทางการจัดการในการสร้างและ
พัฒนาผลวัดในการแข่งขัน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.
- ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล. (2555). **การออกแบบการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- พนิดา แดงศรี. (2546). “ปัจจัยส่วนบุคคล จิตลักษณะ และความผูกพันต่อองค์กร ที่มีต่อประสิทธิผล
ทีมงาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พยอมวงศ์สารศรี. (2538). **องค์กรและการจัดองค์การ**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- _____. (2538). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- พรทิพย์ วรภิกโขคาทร. (2529). **การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- “พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์.” (2551). **ราชกิจจานุเบกษา** เล่ม 125 ตอนที่ 29
ก (6 กุมภาพันธ์): 2.
- พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2539). **การจ้ดนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปอาชีพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัคตร์ผจง วัชรศรีโรจน์ และพสุ เดชะรินทร์. (2542). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 2.
- พิชิตฤทธิ์จรูญ. (2544). **แนวทางการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อยู่. บทบาทครูกับการวิจัยในชั้นเรียน**. กรุงเทพฯ: พรึกหวานกราฟฟิคจำกัด.
- พิชิต เทพวรรณ. (2548). “องค์การแห่งการเรียนรู้: แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศสำหรับนวัตกรรม.” *Naresuan University Journal* 13, 3: 15-62.
- พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต. (2552). **องค์การและการบริหารจัดการ**. นนทบุรี: ธิงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.
- พิชัยเสงี่ยมจิตต์. (2542). **การบริหารสถาบันเพื่อความเป็นเลิศ**. อุบลราชธานี: คณะครุศาสตร์สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- พิภพ วงษ์เงิน. (2547). **พฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- พิมพ์ร สงวนพงษ์. (2549). “ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาเฉพาะกรณี :ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมรับช่วงการผลิตไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ชรี รูปวิเชตร. (2556). **Intercultural training and self-adjustment**. เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก www.teambuildingthai.com/index.php?option=com_content.
- โพสท์ทูเดย์. (2555). **ความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)**. เข้าถึงเมื่อ 11 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/318#ixzz26LFFOuaO>.
- ภริดา พุ่มพงษ์. (2550). “การสร้างบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่าย เรื่อง การใช้สื่อการสอนทางไกลเพื่อการศึกษา สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ภริมย์ ถินถาวร. (2550). “การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาตามการรับรู้ของข้าราชการครูโรงเรียนในอำเภอบ้านโพธิ์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาณี อุบลศรี. (2546). “การเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและการบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภริวัฒน์ นนทะโชติ. (2555). “แบบจำลองพลวัตการเป็นองค์การอัจฉริยะของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.” *วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช* 24, 2: 104-118.

- ภูมิรัชต์ สมมุ่ง.(2551). “ธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลตามมุมมองของผู้นำชุมชนในเขตอำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช.” วิทยาศาสตร์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550). “การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มนัสนันท์ มณีขัติย์.(2551). “ผลกระทบของประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์. (2552). “อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์การ : กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญา รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยะประพันธ์. (2545). **กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ราณี อีสัยกุล. (2550). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล.(2545). “ปัจจัยด้านเขาว์อารมณ์ บุคลิกภาพและภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา และผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลางในองค์การธุรกิจ.” **วารสารและเอกสารทางวิชาการคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 1, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 77-111.**
- รัตน์ะ บัวสนธ์. (2549). **เทคนิคการสู่มตัวอย่าง : แนวคิดและการประยุกต์ใช้**. นครสวรรค์: ริมปีงการพิมพ์.
- วรรณภา พิสิษฐุภมิตร. (2550). “แบบของผู้นำที่มีสมรรถนะในระบบราชการพลเรือนไทย.” วิทยานิพนธ์ ปรัชญาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วรรณภาฉายาวัฒน์. (2544). “รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิเชียรวิทย์อุดม. (2554). **ทฤษฎีองค์การ**. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี. (2538). “การรับรู้ความสามารถของตนในเรื่องอาชีพ: ตัวแปรที่น่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับอาชีพและการทำงาน.” **วารสารจิตวิทยา 2: 97-109.**
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2543). **การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- _____. (2544). **การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

- ศิริพร ประโยค. (2542). “ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพแรงจูงใจไฟ สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลางในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา: บริษัท รีท-ไรท์ (ประเทศไทย) จำกัด.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริพงษ์ เสาภายน. (2551). “ทุนมนุษย์และบทบาทในการพัฒนาองค์กร.” **วารสารรามคำแหง** 25, 4: 135.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศรีสมพร รอดศิริ. (2551). “ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในการนำระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศุภางค์ นันตา. (2555). “ผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว และโรงแรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศุภารตี สำราญรื่น. (2555). “ผลกระทบของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของ ธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมยศ นาวิการ. (2536). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร
- สมใจ ลักษณะ. (2542). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ:ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน). (2553). **เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน:ธุรกิจนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน).
- สถาปนา กิตติกุล และสมชาย บุณรุ่งเรืองกิจ. (2547). **รวมบทความวิจัยการท่องเที่ยวชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: พี.เอส.พรินส์.
- สรารุช หนูนเงิน. (2548). “ขีดความสามารถจริงกับขีดความสามารถที่พึงประสงค์ ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานประกอบการสปา.” วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภัทราภรณ์ สุโข. (2548). “ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภัททา ปินทะเพทย์. (2556). **ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม**. เข้าถึงเมื่อ 2 พฤศจิกายน. เข้าถึง ได้จาก <http://www.supatta.haysamy.com/leadershipandteamwork.html>.
- สุนันทา เลहनันท์. (2549). **การสร้างทีมงาน**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

- สัมพันธ์ สี่หมุย.(2553). “การศึกษาประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบลในเขต อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุพัตรา คงขำ. (2556). “การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านหนังตะลุงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมท้องถิ่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุปราณีศรีฉัตรภิมุข และคณะ. (ม.ป.ป.). **บริษัทข้ามชาติกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก www.tu.ac.th/org/hri/research.doc.
- สุเมธ แสงนิ่มนวล. (2552). **ภาวะผู้นำกับธรรมาภิบาลในการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สเจริญการพิมพ์ สถาบันพระปกเกล้า.
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2555). “สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี กับขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการ.” งานวิจัยทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานนโยบายและแผน. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (ม.ป.ป.). **รายงานการศึกษาโอกาสและผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อกระทรวงมหาดไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.(2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี
- สหรรษา สติสุขเสนาะ.(2546). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาภรณ์ แก่นจันทร์. (2553). “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 51.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสกสรรค์ นิสัยกล้า. (2550). “การนำนโยบายธรรมาภิบาลไปปฏิบัติ กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). **เอกสารประกอบการสัมมนาสมรรถนะของข้าราชการ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- อมรา รัตตากร. (2546). **ภาวะผู้นำและรูปแบบการจัดการความขัดแย้งของผู้นำชุมชนในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- อรวรรณ น้อยวัฒน์. (2556). **การจัดการความรู้กับพฤติกรรมองค์กร**. เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.stou.ac.th/schools/shs/booklet/book56_2/km.html.

- อภิญา แจ่มแจ้ง. (2551). “วัฒนธรรมองค์กรในองค์กรแห่งการเรียนรู้.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์และการศึกษาต่อเนื่อง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหิดล.
- อภิญา เลื่อนฉวี. (2553). **เคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในอาเซียน :ผลกระทบอย่างไรต่อไทย**. กรุงเทพฯ:
สถาบันพระปกเกล้า.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. กรุงเทพฯ: พูจิสีรี่ออกซ์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อภิชาติ ศรีสวัสดิ์. (2553). “ภาวะผู้นำการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมบริการแบบเครือข่ายและยุทธศาสตร์
เศรษฐกิจสีเขียวแนวอนุรักษ์ :ศึกษาเฉพาะกรณีการท่องเที่ยวจังหวัด “สนุก” ตามชายแดน
ไทย-ลาว-เวียดนาม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์
ความเป็นเลิศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อภิสิทธิ์ ประวัตินเมือง. (2544). “รูปแบบ ความสัมพันธ์ และการสร้างสมการทำนายของกลยุทธ์ในการ
ดำเนินธุรกิจ และภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด
ย่อมในธุรกิจร้านหนังสือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม
และองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์. (2547). “แนวคิดเรื่องสมรรถนะ Competency: เรื่องเก่าที่เรายังหลงทาง.”
Chulalongkorn Review 16 (ก.ค.-ก.ย.): 57-72.
- อำนวยการ แสงสว่าง. (2544). **การบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า
พระนครเหนือ.
- อำนวยการ วีระวนิช. (2549). **ผู้ประกอบการ**. ชลบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตศรีราชา.
- อัครพงศ์ อ้นทอง. (2556). **ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศในเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้**. เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก [http://www.tci-haijo.org/
index.php/AEJ/issue/view/1431](http://www.tci-haijo.org/index.php/AEJ/issue/view/1431).
- อรุณ ศิริงานุสรณ์. (2554). “การสืบทอดธุรกิจครอบครัว: กระบวนการแห่งการสร้างความสัมพันธ์
เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน.” **วารสารสุทธิปริทัศน์** 25, 77 (กันยายน – ธันวาคม): 38.
- เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2538). **การบริหารทักษะและการปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

ภาษาอังกฤษ

- Alvarez, S.A. and L.W. Busenitz. (2001). "The entrepreneurship of resource-based theory." **Journal of Management** 27, 6:755-775.
- Amabile, T.M. (1988). "A Model of Creativity and Innovation in Organizations." **Research in organizational behavior** 10: 123-167.
- Amit, R and P. Schoemaker. (1993). "Strategic Assets and Organizational Rent." **Strategic Management Journal** 14, 1: 33-46.
- Angle Harold, L. and J. Perry. (1981). "An Empirical Assesment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness." **Administrative Science Quarterly** 26,1: 1-14.
- Avlonitis, G.J., Kouremenos A. and Tzokas N. (1994). "Assessing the Innovativeness of Organizations and its Antecedents: Project Innovstrat European." **Journal of Marketing** 18, 11: 5-28.
- Bandura, A. (1977). **Social Learning Theory**. Englewood Cliffs, New Jerseys: Pretice-Hall Inc
- _____. (1997). **Self-efficacy : The exercise of self-control**. New York: Freeman.
- _____. (1986). **Social foundation of though and action : A Social cognitive theory**. New Jersey: Pretice-Hall.
- 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.
- Becker, Gary. (1930). "Capital Human." **The Quarterly Journal of Economics**, 12. Chicago: University of Chicago.
- Best, J. W. (1977). **Research in Education**. 3 rd ed. New Jersey: Prentice hall Inc.
- Bharadwaj, S.G. et al. (1993). "Sustainable competitive advantage inservice industries: a conceptual model and research propositions." **Journal of Marketing** 57 (October): 83-99.
- Bono, Joyce. E. and Judge, Timothy.A. (2004). **Personality and Transformational and Transactional**. n.p.
- Boyatzis, Richard and Mckee Annie. (2002). **Resonant Leadership**. Bosston: USA. Harvard Business Press.
- 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." **Industrial 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.
- Chanthima, P. et al. (2011). "Strategic sustainable competitive advantage of Thai SMEs: roles of learning orientation and innovation capability. *European Journal Management.*" **International Academy of Business and Economics** 11, 1: 36.
- Chapman, P. (2003). **Leadership and strategic management in education**. 2th ed. n.p.
- David, Schwartz. (1980). **International to management : Principle, practice and processes**. Harcourt. Bruce : Jovananick.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L. and Naldi, L. (2006). "What do we know about small firm growth?." In **The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures. International Handbook Series on Entrepreneurship**, 361-398. Parker, S. (ed.). New York: Springer, 361-398.
- Daft. R.L. (2000). **Management**. 5th ed. Fort Worth: Dryden.
- _____. (2001). **The leadership experience**. Orlando: Harcourt College.
- Dess, G.G., G.T. Lumpkin, and A.B. Eisner. (2007). **Strategic Management Creating Competitive Advantage**. Boston : McGraw-Hill/Irwin
- Devi, R. Gnyawali and Ravindranath Madhavan. (2001). "Cooperative Network and Competitive." **Academy of Management Review** 26, 3: 431-445.
- Day, G.S. and R. Wensley. (1988). "Assessing advantage: a framework for diagnosing competitive superiority." **Journal of Marketing** 52 (April): 1-20.
- Deming, Edeard W. (1995). **Out of the Crisis**. USA : The Massachusetts Institute of Technology Center for Advanced Engineering Study.
- 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.
- Dodds Rachel and Butler Richard W. (2009). **Inaction More than Action Barriers to the Implementation of Sustainable Tourism Policies**. London: Routledge Taylor and Francis Group.
- DuBrin, A. J. (1998). **Leadership: Research Findings, Practice, and Skill**. Boston: Houghton Mifflin.

- Dyer, J.H and Singh, H. (1998). "The relational view : Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage." **The Academy of Management Review** 23, 4 : 660-679.
- Fahy, J. and A. Smithee. (1999). "Strategic Marketing and the Resource Based View of the Firm." **Academy of Marketing Science Review** 10: 1-20.
- Filley, A.C. (1975). **Interpersonal Conflict Resolution**. Glenview , Ill. Scott Foresman.
- Forsman, S. **How do Small Rural Food – processing Firms Compete? : A Resource-Based Approach to Competitive Strategies**. Unpublished Doctoral M. Dissertation. Helsinki : University of Helsinki.
- Forsman, S. (2004). "How do small rural food-processing firms compete? A resource based approach to competitive strategies." Unpublished doctoral dissertation, University of Helsinki Helsinki Finland.
- Gnyawali, D.R. and Madhavan, R. (2001). "Cooperative network and competitive dynamics: A structural embeddedness perspective." **Academy of Management Review** 26, 3: 431-445.
- Goleman, D. (1998). "What makes a leader." **Harvard Business Review** 76, 6: 93-103.
- _____. (2000). "Leadership that gets results." **Harvard Business Review** 78, 2: 78-89.
- Goldsmith, M. and K. Walt. (1999). "New competencies for tomorrow's global leader." **CMA Management** (December/January): 20-4.
- Govindarajan, et al. (2001). **Strategic innovation: a conceptual road-map**. Business Horizons, July-August, pp. 3-12.
- Greenberg J. and R.B. Baron. (1995). **Behavior in organizations**. 5th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, Inc.
- Grant, R.M. (1991). "The Resource-based Theory of Competitive Advantage : Implications for strategy formulation." **California Management review** 33 (spring): 114-135.
- _____. (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.
- Grewal, R., and P. Tansuhaj. (2001), "Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility." **Journal of Marketing** 65, 2: 67-80.
- Gronroos, C. (2000). **Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach**. 2nd ed. London: John Wiley & Sons.

- Groyberg, Boris. et al. (2006). "Are Leaders Portable?." **Harvard Business Review** : 96–102.
- G.G. Dess and G.T Lumpsin. (1996). "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance." **Academy of Management Review** 21: 35-72.
- Gudykunst, W.B. and Y.Y. Kim. (1997). **Communicating with Strangers : An Approach to Intercultural Communication**. McGraw-Hill, New York: NY.
- Gupta, A.K. and V. Govindarajan. (2002). "Cultivating global mindset." **Academy of Management Executive** 16, 1: 116-26.
- N Hashai, T Almor. (2004). "The competitive advantage." **International Business Review** 13, 4: 465-483.
- Hall, Pfeffer and Puter Norris. (1993). "Learning for leadership." **Leadership & Organization Journal** 14, 7: 35-40
- Harris, P.R. and R.T. Moran. (1987). **Managing Cultural Differences**. 2nd ed., Houston, TX.: Gulf Publishing Company ,
- Hersey, Paul and Blanchard, Kenneth H. (1982). **Management of Organizational Behavior : Utilizing Human Resources**. 4th ed. New Jersey: Prentice – Hall.
- Herzberg, F. et al. (1959). **The Motivation to work**. New York: Wiley Original published .
- Herzberg. F. (1987). "One Moretime How Do You Motivate Employee." **Harvard Business review** 14, 7: 9.
- Hoffman T. (1999). "The meaning of Competency." **Journal of European Industrial Training** 24, 6: 275-285.
- Hofstede, G. (1984). **Culture's consequences: international differences in work-related Values**. (Abridged ed.). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Hofstede, Geert and Hofstede Geert J. (2005). **Culture and Organization : Software of the mind**. Revised and Expanded 2nd edition. New York: McGraw-Hill.
- Holden A. (2000). **Environment and Tourism**. London: Routledge.
- Hollander, E.P. (1985). "Leadership and power." In **7th handbook of socialpsychology**. 3rd edition, 485-537. Edited by G. Lindzey and E. Aronson (Eds.), New York: Random House.
- Huber, G.P. (1991). "Organizational learning : The contributing processes and the literatures." **Organization Science** 2, 1 (February): 88-115.
- Hurley, Robert. F., G. Hult, and M. Tomas. (1998). "Innovation Market Orientation and Organizational Learning : An Inegration and Empirical Examination." **Journal of Marketing** 62, 3: 42-54.
- Iles, P. (1995). "Learning to work with difference." **Personnel Review** 24, 6: 44-60.

- Jeffrey A. Timmons. (2003). "New venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century." **McGraw-Hill, International edition**). *J. Eur. Ceram Soc* 27: 1565-1570.
- John G. Burgoyne. (1993). "The Competence Movement: Issues, Stakeholders and Prospects." *Personnel Review* 22, 6: 6 – 13.
- Johnson, D.W and R.T. Johnson. (1987). **Cooperation and Competition: Theory and Research**. Edina, MN: Interaction Book.
- Jordan, J. and S. Cartwright. (1998). "Selecting expatriate managers: key traits and competencies." *Leadership & Organization Development Journal* 19, 2: 89-96.
- Keskin, H. (2006). "Market orientation, learning orientation and innovation capabilities in SMEs: An extended model." *European Journal of Innovation Management*: 396-417.
- Khan, M. and M.A. Khan. (2009). "How technological innovations extend services outreach to customers : The Changing Shape of Hospitality Services Taxonomy." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 21, 5: 509-522.
- Kogut, Bruce, and Udo Zander.(1992). "Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities and the Replication of Technology." *Organization Science* 3, 3: 383–397.
- Krieger, N. (2001). "A glossary for social epidemiology." *Journal of Epidemiology and Community Health* 55: 693-700.
- Kuptanond, W. (2000). "Model of an effective leadership." *Rungsit Business review* 2, 4: 40-45.
- Lane, P.J and M. Lubatkin. (1998). "Relative absorptive capacity and interorganizational learning." *Strategic Management Journal* 19: 461-477.
- Lee, T-S, and Tsai H-J. (2005). "The effects of business operation mode on market orientation, learning orientation and innovativeness." *Industrial management & Data Systems* 105, 3: 325-348.
- Leiba-O' Sullivan, S. (1999). "The distinction between stable and dynamic cross-cultural competencies: implications for expatriate trainability." *Journal of International Business Studies* 30, 4: 709-725.
- Lewin, K. Lippitt, R. and White. (1938). "An experimental approach to the study of autocracy and democracy." *A preliminary note Sociometry* 1: 292-300.
- Levinson, N.S. and M. Asahi. (1996). "Cross-national Alliances and Interorganizational Learning." *Organizational dynamics* 24: 51-63.

- Li, Y.Z. Nan and S. Youhe. (2010). "Exploratory innovation, exploitative innovation and Performance : Influence of Business strategies and Environment." **Nankai Business Review International** 1, 3: 297-316.
- Lloyd S. and Hartel C. (2010). Intercultural competencies for culturally diverse work teams." **Journal of Managerial Psychology** 25, 8: 845-875.
- Longnecker, J.G, C.W. Moore, and Petty. (1994). **Small Business Management an entrepreneurial Emphasis small business management**. New York : J.W. South Western
- Macel, V.B. (2001). "New Service Development and Innovation in the New Economy." **International Journal of Service Industry Management** 12, 5: 522-528.
- McCall, M.W. et al. (2002). **Developing Global Executives: The Lessons of International Experience**. Boston. MA.: Harvard Business School Press.
- 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.
- McClell and. D.C. (1962). "Business Drive and National Achievement." **Harvard Business review** (July-August): 99-112.
- _____. (1973). "Testing for Competence rather than for Intelligence." **American Psychologist** 28, 1: 1-17.
- Mckinley, William, Barker, Vincent, L.III and Mone, Mark, A. (1998). "Organizational Decline and Innovation : AcontingencyFramework." **Academy of Management Review** 23, 1: 115-132.
- 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.
- Moorman, Christine, and Miner, Anne, S. (1998). "Organizational Improvisation and Organizational Memory." **Academy of Management Review** 23, 4: 698-723.
- Mumford, M.D. et al. (2000). "Leadership skills for a changing world: solving complex social problems." **Leadership Quarterly** 11, 1: 11-35.
- National Competitiveness Council. (1998). **Annual competitiveness report 1998**. Accessed October 13. Available from <http://www.forfas.ie/ncc/reports/ncc/ann1.html>.
- Nelson, R.R. and S.G. Winter. (1982). **An Evolutionary Theory of Economic Change**. Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Ngair Woods. (2000). "The Challenge of Good Governance for the IMF and the World Bank." **Themselves** 28, 5 (May): 823-841.

- Nissinen, V. (2001). **Military leadership: A critical constructivist approach to conceptualizing modelling and measuring military leadership in the Finnish defence forces.** n.p.
- Noble, C.H. et al. (2002). "Market orientation and alternative strategic orientation: a longitudinal assessment of performance implications." **Journal of marketing** 66 (October): 25-39.
- 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.
- Oakes, J.M. and P.H. Rossi. (2003). "The measurement of SES in health research: current practice and steps toward a new approach." **Social Science and Medicine** 56: 769-784.
- Oxford university. (2000). **Oxford Advance Learner's Dictionary of Current English** 6th ed. English : Sally Wehmeier.
- Parker, G. M. (1990). **Team Players and Team Work : The New Competitive Business Strategy.** San Francisco, Calif: Jossey – Bass.
- Parry, Scott B. (1998). **The Quest for Competencies.** *Journal of Training.* n.p.
- International Institute for management development.(2003). **IMD World competitiveness yearbook2003.** Accessed October 8. Available from <http://www.02.imd.ch/wcc/yearbook>.
- Peter Kollock. (2007). **The Economies of Online Cooperation.** USA.: Gifts and Public Goods in Cyberspace.
- Porter, M.E. (1980). **Competitive Strategy : Techniques for analyzing industries and competitors.** New York; Free Press.
- _____. (1985). **Competitive Advantage.** New York: NY The Free Press.
- Prahalad, C.K. and G. Hamel. (1990). "The Core competence of the Corporation." **Harvard Business Review** 68, 3: 790-791.
- P.Vander Werf and C. Brush. (1989). **Toward Agreement on the Focus of Entrepreneurship Research: Progress Without Definition.** Washington, D.C.: National Academy of Management
- Quick MBA. (2005). **Competitive advantage: Strategic management.** Accessed October 1. Available from <http://www.quickmba.com/strategy/competitive-advantage>.
- Riley, K., and J. Macbeath. (1998). **Effective leaders and effective school .** London: Paul Chapman Publishing.
- Rhinesmith, S.H. (1996). **A Manager's Guide to Globalization: Six Skills for Success in a Changing World.** 2nd ed., New York, NY: The McGraw-Hill Companies.

- 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.**
- Robbins, S.P. (1991). **Organizational Behavior: Controversies and Applications.** 3rd ed. Englewood Cliffs.N.J.: Prentice-Hall.
- Schein, E.H. (1978). **Career Dynamics: Matching Individual and Organizational Needs.** MA.: Addison Wesley, Reading.
- Schultz, T.W. (1961). "Investment in Human Capital." **The American Economic Review** 51, 1: 1-17
- Shapiro, NS and J.H. Levine. (1999). **Creative Learning Communities:A practical guide to Winning support, organizing for change and Implementing programs.** San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- Shaw, J.B. and E. Barrett-Power. (1998). "The effects of diversity on small work group processes and performance." **Human Relations** 51,10: 1307-25.
- Shermon, D. (2004). **Competency Based HRM: A Strategies Resource for Competency Mapping Assessment and Development Centers.** New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Smallbone, D., North, D., Vickers, I. and I. McCarthy. (2000). "Policy Support for R & D in SMEs: the UK Government's SMART Award Scheme." In **New Technology-based Firms in the 1990s**, 143-159. Edited by Daring, W., Oakey, R., and S. Mukhtar. (eds). Oxford: Pergamon. pp 143-159.
- Solleiro, J.L. and R. Castanon. (2005). "Competitiveness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context." **Technovation** 25: 1059-1070.
- Spencer, L.M. Jr., and S.M. Spencer. (1993). **Competence at Work: Models for Superior Performance.** New York: John Wiley & Sons.
- Spender, J.C. (1996). "Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm." **Strategic Management Journal** 17 (Winter Special Issue): 45-62.
- Spreitzer, G.M., et al. (1997). **The early identification of international executive potential.** *Journal of Applied Psychology*, Vol. 82 No. 1, pp. 6-29.
- Srinivas, K.M. (1995). "Globalization of business and the third world: challenge of expanding the mindsets." **Journal of Management Development** 14, 3: 26-49.
- Stanley C. Abraham. (2006). **Strategic Planning A Practical Guide for Competitive Success.** California: Thomson South West.

- Stogdill, Ralsh M. (1948). "Personal factors associated with leadership: A Survey of the literature." **Journal of psychology** 5 : 35-64.
- Teece,D.J, G. Pisano, and A. Shuen.(1997). "Dynamic Capabilities and Strategic Management." **Strategic Management Journal** 18, 7: 509-523.
- Terry, R.G. (1960). **Principles of Management**. 4th ed. Homewood, Illinois: Richard D.Irwin,Inc.
- The Authority on World Travel and Tourism. (2014). **Travel & Tourism Economic Impact 2014**. Thailand: World Travel & Tourism Council.
- 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.
- _____. (1992). "Conflict and Conflict Management : Reflections and update." **Journal of organizational behavior** 13, 3: 265-274.
- Tjosvold, D.W. (1991). **The Conflict-Positive Organization : Stimulate Diversity and Create Unity**. Reading Mass: Addison-Wesley.
- Tsang, E.W.K. (1998). "Motives for strategic alliance : A resource-based perspective." **Scandinavian Journal of Management** 14, 3: 210.
- UNWTO World Tourism Organization. (2011). **UNWTO Tourism Highlights**. UNWTO: Publicationa Department.
- Vander Werf, P.A. and C.G. Brush. (1989). "Achieving empirical progress in an undefined field." **Entrepreneurship: Theory and Practice** 14, 2 (Winter): 45-58.
- Venkatraman, N. and J.E. Prescott. (1990), "Environment- strategy co-alignment : an empirical test of its performance implications." **Strategic Management Journal** 11: 1-23.
- Wernerfelt, B. (1984). "A resource-based view of the firm." **Straegic Management Journal** 5, 2: 171-180.
- World Economic Forum. (2013). **The travel and Tourism Competitiveness Report 2013**. Accessed December 24. Available from <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013>.
- Wynn, R. and C. Guditus. (1984).**Team Management : Leadership by Consensus**. Columbus, Ohio : Charles E.Merrill.
- Woodcock, M. and D. Francis. (1994).**Teambuilding Strategy**. 2nded. Cambridge : Cambridge University Press.
- Yi Li, Nan Zhou, Youhe Si. (2010). "Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Influence of business strategies and environment." **Nankai Business Review International** 1, 3: 297-316.

- Yum, J.O. (1982). "Communication diversity and information acquisition among Korean immigrants in Hawaii." *Human Communication Research* 8: 154-169.
- Zimmerer, T.W. and N.M. Acarborotgh. (2005). *Essentials of entrepreneurship and small business management*, 4th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.







ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

มหาวิทยาลัยศิลปากร



แบบสอบถามชุดที่วันที่กรอก...../...../.....

เรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามนี้ เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนภายใต้สำนักงานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในคุณลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะธุรกิจนำเที่ยว และการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การ ที่มีผลต่อความแตกต่างในขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน และเพื่อค้นหายุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว
- ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์การที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ
- ตอนที่ 4 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษา ในระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ (แขนงวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ผลในภาพรวม จึงไม่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการแต่ประการใด และจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยตัวของท่านเองเพื่อความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถูกต้องและเป็นจริง

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บ ให้ตรงกับท่านมากที่สุด

1. รูปแบบองค์การธุรกิจ
 - บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน ธุรกิจเจ้าของคนเดียว
 - กรณีจดทะเบียน มีเงินทุนจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจเริ่มต้น
 - น้อยกว่า 1 ล้านบาท 1 – 4.9 ล้านบาท
 - 5 – 9.9 ล้านบาท 10 – 49.9 ล้านบาท 50 ล้านบาทขึ้นไป
2. สาขาของสำนักงานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ผู้ประกอบการจดทะเบียน
 - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ
 - ภาคใต้ เขต 1 ภาคใต้ เขต 2 ภาคกลาง
3. ประเภทธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนในใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว
 - โปรดระบุเลขที่ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว.....
 - จัดนำเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour)
 - จัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวในประเทศไทย (Inbound Tour)
 - จัดนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour)
 - จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ (Local Tour)
4. จำนวนพนักงานประจำ..... คน



ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานตั้งแต่ปัจจัยระดับบุคคล ระดับกลุ่ม จนถึงระดับองค์การ ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง แบบสอบถามขั้นตอนนี้ประกอบด้วย 3 ชุดคำถามของแต่ละระดับ คือ 1) ปัจจัยระดับบุคคล 2) ปัจจัยระดับกลุ่ม และ 3) ปัจจัยระดับองค์การ โดยข้อความต่อไปนี้เป็นข้อความเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนขององค์การที่มีต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งไม่มีผิดหรือมีถูก โดยขอความกรุณาตอบข้อคำถามด้วยการใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องคำตอบที่ตรงกับระดับการรับรู้ของท่านมากที่สุด

3.1 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับบุคคลมีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ขีดความสามารถด้านบุคลิกภาพ		5	4	3	2	1
1	ท่านรู้สึกอึดอัดใจที่ต้องเก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อพบกับบุคคลอื่นที่มีลักษณะจู้จุกจิก					
2	ท่านชอบที่จะติดต่อและสังสรรค์กับบุคคลภายนอกบริษัท เพราะทำให้ได้รู้จักคนมากขึ้น					
3	ท่านมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการปฏิบัติงานและข้อบกพร่องของตนเองอย่างสม่ำเสมอ					
4	ท่านเป็นบุคคลที่ยอมรับ ในแนวคิดของผู้อื่น					
5	ท่านมักจะคำนึงถึงกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่บริษัทกำหนด เพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด					

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ขีดความสามารถด้านการจูงใจ		5	4	3	2	1
1	ความสำเร็จในงานเป็นแรงจูงใจให้ท่านต้องการปฏิบัติงานมากขึ้น					
2	ท่านมักได้รับการยอมรับ และความเชื่อถือจากบุคลากรภายในบริษัท					
3	งานที่ท่านปฏิบัตินั้นเป็นงานที่ทำให้ท่านรู้ความสามารถ					
4	ท่านมีความรับผิดชอบมากขึ้นกว่าเดิม อันสืบเนื่องมาจากความสามารถในการปฏิบัติงานของตัวท่าน					
5	ท่านมีโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในการขยายธุรกิจของท่าน					
6	บริษัทของท่านมีการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้แก่บุคลากรอย่างชัดเจน					
7	ท่านมอบหมายงานให้แก่บุคลากรอย่างเหมาะสมตามรู้ความสามารถของบุคลากร					
8	ท่านมีความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกับบุคลากรในบริษัท					
9	สภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัทเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกคน					
10	ท่านมีความมั่นคงในอาชีพ และสามารถเป็นที่พึ่งให้ผู้ร่วมงานทุกคน					
11	ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ท่านได้รับมีความเหมาะสมกับภาระงานของบริษัท					
12	อาชีพของท่านเป็นที่น่าภาคภูมิใจ และเป็นที่ยอมรับของสังคม					

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ขีดความสามารถการรับรู้ความสามารถในตนเอง	5	4	3	2	1
1	หากบริษัทอยู่ในภาวะที่ยากลำบากท่านเชื่อว่าความสามารถของท่านจะทำให้บริษัทกลับกลายเป็นดีได้					
2	ท่านมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตนเอง ที่สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ท่านตั้งไว้ได้					
3	ท่านมีความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่ที่หลากหลายและมีความแตกต่างกันไม่ซ้ำกัน					

3.2 การรับรู้ในพฤติกรรมสร้างผลงานระดับกลุ่มที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ขีดความสามารถด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม	5	4	3	2	1
1	บุคลากรในบริษัทมักจะยึดถือความคิดของตนเองในการแก้ปัญหา					
2	บุคลากรในบริษัทมักจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ					
3	บุคลากรในบริษัทมักจะหลีกเลี่ยงด้วยการถอนตัวออกจากสถานการณ์ที่เป็นความขัดแย้ง					
4	บุคลากรในบริษัทร่วมกันแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิดความคิดใหม่ๆ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกัน					

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
ขีดความสามารถด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่ม และระหว่างกลุ่ม		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
5	บุคลากรในบริษัทมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและยึดการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่เป็นหลักในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง					
ขีดความสามารถด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม						
1	บุคลากรในบริษัทกำหนดแนวทางและวัตถุประสงค์การทำงานที่ชัดเจนร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของบริษัท					
2	งานที่ท่านปฏิบัตินั้นเป็นงานที่ให้โอกาสทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกลำดับขั้นตอน					
3	บุคลากรในบริษัทมีการปรึกษาหารือ เพื่อกำหนดวิธีการปฏิบัติงานร่วมกัน					
4	บุคลากรในบริษัทให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน					
5	บุคลากรในบริษัทมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันอย่างเปิดเผย					
6	บุคลากรในบริษัทได้รับมอบหมายหน้าที่และถูกกำหนดบทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างชัดเจน					

3.3 ปัจจัยระดับองค์การที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ขีดความสามารถด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้		5	4	3	2	1
1	บุคลากรในบริษัทมีพฤติกรรมการเรียนรู้วิทยาการใหม่ ๆ					
2	บุคลากรร่วมกันสร้างวิสัยทัศน์ของบริษัท เพื่อไปสู่เป้าหมายเดียวกัน					
3	บุคลากรในบริษัทมีความเข้าใจและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งเกิดจากการเปิดกว้างทางความคิด โดยไม่ยึดติดกับความคิดของตนเอง					
4	บุคลากรในบริษัทมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์การทำงาน ร่วมกันอยู่สม่ำเสมอ					
ขีดความสามารถด้านวัฒนธรรมองค์การ						
1	บริษัทเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วม กำหนดแนวทางในการปฏิบัติงาน					
2	บุคลากรมีความกระตือรือร้น สนใจและแสวงหาความรู้ที่เอื้อ ประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและงานที่ปฏิบัติอยู่อย่างสม่ำเสมอ					
3	บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานที่แข่งขันกันทำงาน เพื่อให้ได้รับ ผลสำเร็จภายในบริษัท					
4	บริษัทมีกฎระเบียบและข้อบังคับในการทำงาน ที่จะนำไปสู่ ความสำเร็จของบริษัท					

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ขีดความสามารถด้านนวัตกรรมองค์กร		5	4	3	2	1
1	บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอแนวคิดและวิธีการเกี่ยวกับการพัฒนารายการนำเที่ยวและบริการรูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า					
2	บริษัทให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนแนวคิดในกระบวนการบริการลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์และพัฒนาคุณภาพการบริการให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น					
3	บริษัทให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยวและบริการใหม่ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า					
ขีดความสามารถด้านเครือข่ายองค์กร						
1	บริษัทมีความร่วมมือกับบริษัทอื่น เพื่อสร้างนวัตกรรมการให้บริการ จนกลายเป็นนวัตกรรมต้นแบบ โดยมีการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน					
2	บริษัทมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันภายในบริษัทนำเที่ยวด้วยกัน					
3	บริษัทให้ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของบริษัทเครือข่าย					
4	บริษัทอิงประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างร่วมกัน ระหว่างบริษัทเครือข่ายทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน สถานที่ ฯลฯ					
5	บริษัทมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ และพร้อมให้การสนับสนุนในเครือข่ายบริษัทนำเที่ยว					

ที่	ข้อความ	ระดับการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูล				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ขีดความสามารถด้านสภาพแวดล้อมองค์การ		5	4	3	2	1
1	เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในประเทศ บริษัทของท่านมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต					
2	บริษัทของท่านมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา					
3	แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการนำเที่ยวและการบริการให้กับบริษัทของท่าน					
4	โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการนำเที่ยวและการบริการให้กับบริษัทของท่าน					
5	บริษัทของท่านมีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ ในภาคธุรกิจนำเที่ยว					
6	รัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุน และเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการพัฒนาการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว					

ตอนที่ 4 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย คำชี้แจงข้อความต่อไปนี้เป็นข้อความเกี่ยวกับระดับการความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนขององค์การเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่เกิดจากขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ ซึ่งไม่มีผิดหรือมีถูก โดยขอความกรุณาตอบข้อความด้วยการใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อความ ตามเกณฑ์ดังนี้

ไม่มี = ไม่มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

มี = มีขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

ถ้าท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ช่อง “มี” (ขอความกรุณาระบุระดับการปฏิบัติงาน ตามความคิดเห็นของท่านด้วยการใส่เครื่องหมาย ✓ ตามลำดับดังต่อไปนี้)

ที่	ข้อความ	ไม่มี	มี	ระดับการปฏิบัติงาน				
				สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด
				5	4	3	2	1
ขีดความสามารถด้านผู้นำระดับสากล								
1	ท่านเปิดใจและยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่น เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตนเอง บุคลากร และงานที่ปฏิบัติในบริษัท							
2	ท่านมีความมุ่งมั่นและกำหนดวิธีการพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้							
3	ท่านใฝ่รู้กับการสร้างสรรค์รายการนำเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง							
ขีดความสามารถด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ								
1	ความสามารถการรับรู้ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ							
	1.1 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายในการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ							
	1.2 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ							
	1.3 ท่านมุ่งมั่นตั้งใจในการร่วมปฏิบัติงานกับบริษัทต่างชาติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย							
	1.4 ท่านมุ่งมั่นตั้งใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย							

ที่	ข้อความ	ไม่มี	มี	ระดับการปฏิบัติงาน				
				สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด
				5	4	3	2	1
	ขีดความสามารถด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ							
2	ความสามารถด้านอารมณ์ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ							
	2.1 ท่านสามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติได้							
	2.2 ท่านสามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้							
	2.3 ท่านสามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายของการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติอย่างต่อเนื่องได้จนประสบความสำเร็จ							
	2.4 ท่านสามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายในด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องได้จนประสบความสำเร็จ							
	2.5 ท่านให้ความสนใจและเอาใจใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติ							
	2.6 ท่านให้ความสนใจและเอาใจใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ							

ที่	ข้อความ	ไม่มี	มี	ระดับการปฏิบัติงาน				
				สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด
				5	4	3	2	1
	ขีดความสามารถด้านการจัดการฐานทรัพยากร							
1	ท่านมีความสามารถในการพัฒนาบุคลากรในด้านการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ							
2	ท่านมีความสามารถในการบริหารจัดการเงินทุน / เงินสดหมุนเวียน ในการประกอบกิจการให้บรรลุตามเป้าหมาย แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงในภาวะความยากลำบาก							
3	ท่านมีความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีความทันสมัย							
4	ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าของบริษัทท่านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ							
5	บริษัทของท่านได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ							
6	บริษัทของท่านมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ							
7	บริษัทของท่านมีเทคนิคหรือกรรมวิธีการผลิตรายการนำเที่ยวและการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งยากต่อการลอกเลียนแบบ							
8	รายการนำเที่ยวและการให้บริการในบริษัทของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง							
9	บริษัทของท่านมีการวางแผนการทำงานด้านต่าง ๆ อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน							

ที่	ข้อความ	ไม่มี	มี	ระดับการปฏิบัติงาน				
				สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด
				5	4	3	2	1
ขีดความสามารถด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ								
10	กระบวนการผลิตรายการนำเที่ยวและการให้บริการของบริษัทเป็นไปตามมาตรฐานและได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ							
11	บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยนแผนการทำงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ							
12	บริษัทของท่านมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงานที่ชัดเจน							

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง: โปรดกรอกข้อความตามความคิดเห็นของท่านเอง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านล่วงหน้า ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้ ซึ่งจะส่งผลอย่างยิ่งต่อ
ความสำเร็จของงานวิจัยและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์กิ่งโครงสร้าง
สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ



แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง
เรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการใน
ประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบการวิจัยมีจำนวน 6 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล
 - ตอนที่ 2 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย
 - ตอนที่ 4 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ
 - ตอนที่ 5 รูปแบบธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวให้กับผู้ประกอบการ
 - ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

- 1.1 ชื่อ-สกุล ผู้ให้ข้อมูล.....
- 1.2 หน่วยงาน
- 1.3 ประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยวปี (กรณีเกิน 6 เดือนให้นับเป็น 1 ปี)

ตอนที่ 2 ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย

2.1 ด้านผู้นำระดับสากล

2.2 ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ

2.3 ด้านการจัดการฐานทรัพยากร

ตอนที่ 3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีผลต่อขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ

3.1 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับปัจเจกบุคคล

3.1.1 ด้านบุคลิกภาพ

3.1.2 ด้านการจูงใจ

3.1.3 ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง

3.2 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่ม

3.2.1 ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม

3.2.2 ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม

.....

.....

3.3 การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การ

3.3.1 ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้

.....

.....

3.3.2 ด้านวัฒนธรรมองค์การ

.....

.....

3.3.3 ด้านนวัตกรรมองค์การ

.....

.....

3.3.4 ด้านเครือข่ายองค์การ

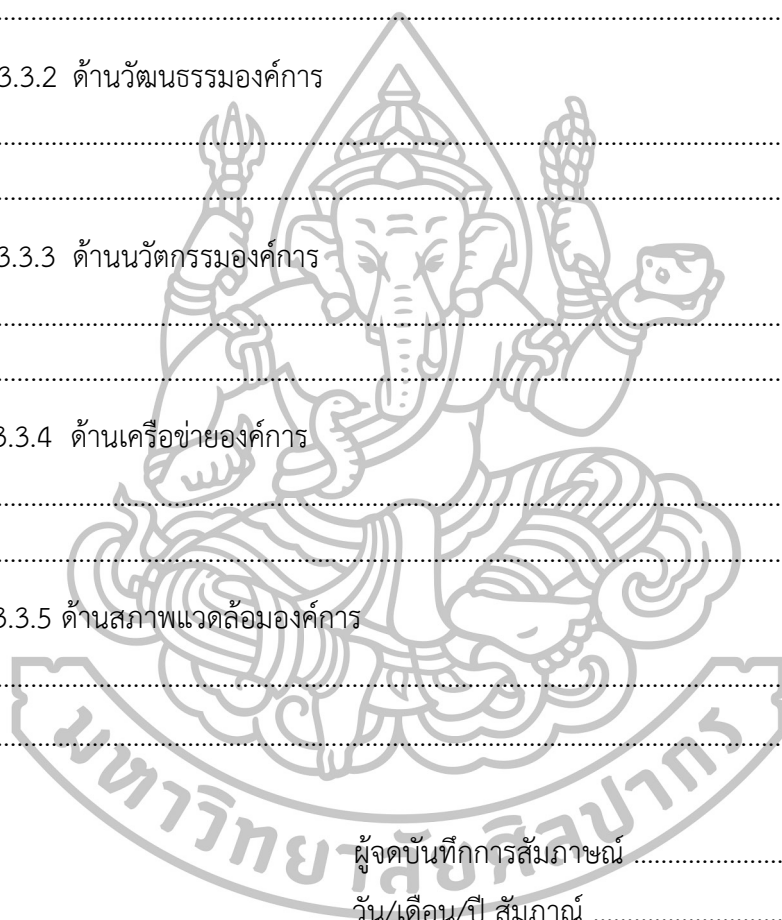
.....

.....

3.3.5 ด้านสภาพแวดล้อมองค์การ

.....

.....



ผู้จัดบันทึกการสัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี สัมภาษณ์

สถานที่สัมภาษณ์



ภาคผนวก ค
คุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรม สร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
ด้านบุคลิกภาพ									
1	ท่านรู้สึกอึดอัดใจที่ต้องเก็บ อารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อพบกับ บุคคลอื่นที่มีลักษณะจู้จุกจิก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2	ท่านชอบที่จะติดต่อและสังสรรค์ กับบุคคลภายนอกบริษัท เพราะ ทำให้ได้รู้จักคนมากขึ้น	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
3	ท่านมีความกระตือรือร้นในการ แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมา ฝึกฝนในการปฏิบัติงานและ ข้อบกพร่องของตนเองอย่าง สม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	ใช้ได้
4	ท่านเป็นบุคคลที่ยอมรับ ใน แนวคิดของผู้อื่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5	ท่านมักจะคำนึงถึงกระบวนการ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ บริษัทกำหนด เพื่อให้เกิด ข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน น้อยที่สุด	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
ด้านการจูงใจ									
6	ความสำเร็จในงานเป็นแรงจูงใจให้ ท่านต้องการปฏิบัติงานมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	ใช้ได้
7	ท่านมักได้รับการยอมรับ และ ความเชื่อถือจากบุคลากรภายใน บริษัท	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
8	งานที่ท่านปฏิบัตินั้นเป็นงานที่ทำ ทลายความรู้ความสามารถ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
9	ท่านมีความรับผิดชอบมากขึ้นกว่าเดิม อันสืบเนื่องมาจากความสามารถในการปฏิบัติงานของตัวท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
10	ท่านมีโอกาที่จะได้รับความก้าวหน้าในการขยายธุรกิจของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
11	บริษัทของท่านมีการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้แก่บุคลากรอย่างชัดเจน	0	+1	+1	+1	0	3	0.60	ใช้ได้
12	ท่านมอบหมายงานให้แก่บุคลากรอย่างเหมาะสมตามความรู้ความสามารถของบุคลากร	0	+1	+1	+1	0	3	0.60	ใช้ได้
13	ท่านมีความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกับบุคลากรในบริษัท	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
14	สภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัทเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกคน	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
15	ท่านมีความมั่นคงในอาชีพ และสามารถเป็นที่พึ่งให้ผู้อื่นร่วมงานทุกคน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
16	ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ท่านได้รับมีความเหมาะสมกับภาระงานของบริษัท	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
17	อาชีพของท่านเป็นที่น่าภาคภูมิใจและเป็นที่ยอมรับของสังคม	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรมกร สร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง									
18	หากบริษัทอยู่ในภาวะที่ ยากลำบากท่านเชื่อว่า ความสามารถของท่านจะทำให้ บริษัทกลับกลายเป็นดีได้	0	+1	+1	+1	+1	4	1.00	ใช้ได้
19	ท่านมีความเชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถของตนเอง ที่ สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุ เป้าหมายที่ท่านตั้งไว้ได้	0	+1	+1	+1	+1	4	1.00	ใช้ได้
20	ท่านมีความเชื่อมั่นในการทำ หน้าที่หลากหลายและมีความ แตกต่างกัน	0	+1	+1	0	+1	3	0.60	ใช้ได้
ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม									
21	บุคลากรในบริษัทมักจะยึดถือ ความคิดของตนเองในการ แก้ปัญหา	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
22	บุคลากรในบริษัทมักจะยอมรับ และยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำ ของผู้อื่นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
23	บุคลากรในบริษัทมักจะหลีกเลี่ยง ด้วยการถอนตัวออกจาก สถานการณ์ที่เป็นความขัดแย้ง	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
24	บุคลากรในบริษัทร่วมกันแสดง ความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ ในการ แก้ปัญหาความขัดแย้ง เพราะเชื่อ ว่าจะทำให้เกิดความคิดใหม่ๆ เพื่อ นำไปสู่ความร่วมมือกัน	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
25	บุคลากรในบริษัทมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจและยึดการตัดสินใจของ คนส่วนใหญ่เป็นหลักในการ แก้ปัญหาความขัดแย้ง	0	+1	+1	+1	0	3	0.60	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรม สร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม									
26	บุคลากรในบริษัทกำหนด แนวทางและวัตถุประสงค์การ ทำงานที่ชัดเจนร่วมกัน เพื่อใช้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ของบริษัท	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
27	งานที่ท่านปฏิบัตินั้นเป็นงานที่ให้ โอกาสทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมใน การตัดสินใจทุกลำดับขั้นตอน	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
28	บุคลากรในบริษัทมีการ ปรึกษาหารือ เพื่อกำหนดวิธีการ ปฏิบัติงานร่วมกัน	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
29	บุคลากรในบริษัทให้ความสำคัญ ในการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกัน และกัน	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
30	บุคลากรในบริษัทมีการติดต่อ สื่อสารซึ่งกันและกันอย่างเปิดเผย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
31	บุคลากรในบริษัทได้รับ มอบหมายหน้าที่และถูกกำหนด บทบาทให้ทำงานร่วมกันเป็นทีม อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้									
32	บุคลากรในบริษัทมีพฤติกรรม การเรียนรู้วิทยาการใหม่ ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
33	บุคลากรร่วมกันสร้างวิสัยทัศน์ ของบริษัท เพื่อไปสู่เป้าหมาย เดียวกัน	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
34	บุคลากรในบริษัทมีความเข้าใจ และยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งเกิดจากการเปิดกว้างทาง ความคิด โดยไม่ยึดติดกับ ความคิดของตนเอง	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรมกร สร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
35	บุคลากรในบริษัทมีการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ การทำงานร่วมกันอยู่เสมอ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
ด้านวัฒนธรรมองค์กร									
36	บริษัทเปิดโอกาสให้บุคลากร แสดงความคิดเห็น และมีส่วน ร่วมกำหนดแนวทางในการ ปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	ใช้ได้
37	บุคลากรมีความกระตือรือร้น สนใจและแสวงหาความรู้ที่เอื้อ ประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง และงานที่ปฏิบัติอยู่อย่าง สม่ำเสมอ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
38	บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานที่ แข่งขันกันทำงาน เพื่อให้ได้รับ ผลสำเร็จภายในบริษัท	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
39	บริษัทมีกฎระเบียบและข้อบังคับ ในการทำงาน ที่จะนำไปสู่ ความสำเร็จของบริษัท	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
40	บริษัทให้ความสำคัญกับการ นำเสนอแนวคิดและวิธีการ เกี่ยวกับการพัฒนารายการนำ เที่ยวและบริการรูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
41	บริษัทให้ความสำคัญกับการ ปรับเปลี่ยนแนวคิดใน กระบวนการบริการลูกค้า เพื่อ นำมาประยุกต์และพัฒนา คุณภาพการบริการให้เกิดความ แตกต่างและโดดเด่น	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรม สร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
42	บริษัทให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและร่วมกันปรับปรุงพัฒนารายการนำเที่ยวและการบริการใหม่ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
ด้านเครือข่ายองค์กร									
43	บริษัทมีความร่วมมือกับบริษัทอื่น เพื่อสร้างนวัตกรรมการให้บริการ จนกลายเป็นนวัตกรรมต้นแบบ โดยมีการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
44	บริษัทมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันภายในบริษัทนำเที่ยวด้วยกัน	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
45	บริษัทให้ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของบริษัทเครือข่าย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
46	บริษัทอิงประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างร่วมกันระหว่างบริษัทเครือข่ายทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน สถานที่ ฯลฯ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
47	บริษัทมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ และพร้อมให้การสนับสนุนในเครือข่ายบริษัทนำเที่ยว	+1	0	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	การรับรู้ในพฤติกรรม สร้างผลงาน	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
ด้านสภาพแวดล้อมองค์การ									
48	เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งใน ประเทศ บริษัทของท่านมีความ ได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
49	บริษัทของท่านมีจำนวนลูกค้า เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปี ที่ผ่านมา	+1	+1	0	0	+1	3	0.60	ใช้ได้
50	แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของ รัฐบาลไทยช่วยส่งเสริมและ สนับสนุนการพัฒนารายการ นำเที่ยวและบริการให้กับ บริษัทของท่าน	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
51	โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการ พัฒนารายการนำเที่ยวและการ บริการให้กับบริษัทของท่าน	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
52	บริษัทของท่านมีความสามารถ ในการแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าคู่แข่ง รายอื่นๆ ในภาคธุรกิจนำเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
53	รัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุน และเข้ามามีบทบาทสำคัญใน กระบวนการพัฒนาการดำเนิน ธุรกิจนำเที่ยว	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	ขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยว	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
ด้านผู้นำระดับสากล									
54	ท่านเปิดใจและยอมรับคำวิพากษ์ วิจารณ์ของคนอื่น เพื่อนำมา ปรับปรุง และพัฒนาตนเอง บุคลากร และงานที่ปฏิบัติใน บริษัท	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
55	ท่านมีความมุ่งมั่นและกำหนด วิธีการพัฒนาขีดความสามารถใน การทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ที่กำหนดไว้	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
56	ท่านใฝ่รู้กับการสร้างสรรค์ รายการนำเที่ยวและบริการ ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ									
1. ความสามารถการรับรู้ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ									
57	ท่านมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง ความหลากหลายในการ ปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติ	+1	+1	+1	0	+1	4	0.80	ใช้ได้
58	ท่านมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง ความหลากหลายด้านวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
59	ท่านมุ่งมั่นตั้งใจในการร่วม ปฏิบัติงานกับบริษัทต่างชาติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
60	ท่านมุ่งมั่นตั้งใจในการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	ขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยว	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
2. ความสามารถด้านอารมณ์ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ									
61	ท่านสามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
62	ท่านสามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
63	ท่านสามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายของการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติอย่างต่อเนื่องได้จนประสบความสำเร็จ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
64	ท่านสามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายในด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องได้ จนประสบความสำเร็จ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
65	ท่านให้ความสนใจและเอาใจใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
66	ท่านให้ความสนใจและเอาใจใส่นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
3. ความสามารถด้านพฤติกรรมในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ									
67	ท่านสามารถติดต่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ระหว่างบริษัทภายในประเทศและบริษัทต่างชาติ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	ขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยว	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
68	ท่านสามารถติดต่อสื่อสารให้เกิด ความเข้าใจตรงกันระหว่างบริษัท ของท่านและนักท่องเที่ยวแต่ละ ประเทศ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
69	ท่านสามารถควบคุมอารมณ์ได้แม้ อยู่ในสถานการณ์ความขัดแย้ง ของการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัท ต่างชาติ	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	ใช้ได้
70	ท่านสามารถควบคุมอารมณ์ได้แม้ อยู่ในสถานการณ์ความขัดแย้ง ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว แต่ละประเทศ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
71	ท่านสามารถแก้ไขปัญหาคความ ขัดแย้งได้ ท่ามกลางการ ปฏิบัติงานระหว่างบุคลากรใน บริษัทและบุคลากรของบริษัท ต่างชาติ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
72	ท่านสามารถแก้ไขปัญหาคความ ขัดแย้งได้ ทั้งในด้านการให้บริการ ระหว่างบุคลากรในบริษัทและ นักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ	+1	+1	+1	0	+1	4	0.80	ใช้ได้
ด้านการจัดการฐานทรัพยากร									
73	ท่านมีความสามารถในการพัฒนา บุคลากรในด้านการจัดการธุรกิจ นำเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	0	+1	+1	0	+1	3	0.60	ใช้ได้
74	ท่านมีความสามารถในการบริหาร จัดการเงินทุน/เงินสดหมุนเวียน ในการประกอบกิจการให้บรรลุ ตามเป้าหมาย แม้ต้องเผชิญกับ การแข่งขันที่สูงในภาวะความ ยากลำบาก	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	ขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเข้าเที่ยว	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
75	ท่านมีความสามารถในการจัดการ นวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อ สร้างสรรค์ผลงานที่มีความ ทันสมัย	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
76	ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้า ของบริษัทท่านเป็นที่รู้จักและ ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้ง ชาวไทยและชาวต่างชาติ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
77	บริษัทของท่านได้รับการยอมรับ จากลูกค้าทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ โดยการมาใช้บริการ อย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
78	บริษัทของท่านมีชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับของลูกค้าภายในและ ต่างประเทศ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
79	บริษัทของท่านมีเทคนิคหรือ กรรมวิธีการผลิตรายการนำเข้าเที่ยว และการให้บริการที่เป็น เอกลักษณ์เฉพาะซึ่งยากต่อการ ลอกเลียนแบบ	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
80	รายการนำเข้าเที่ยวและการให้บริการ ในบริษัทของท่านมีความเป็น เอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
81	บริษัทของท่านมีการวางแผนการ ทำงานด้านต่าง ๆ อย่างเป็นลาย ลักษณ์อักษรที่ชัดเจน	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	ใช้ได้
82	กระบวนการผลิตรายการนำเข้าเที่ยว และการให้บริการของบริษัท เป็นไปตามมาตรฐานและได้รับ การยอมรับจากลูกค้า ภายในประเทศและต่างประเทศ	+1	0	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

ตารางที่ 33 ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ต่อ)

ข้อ	ขีดความสามารถในการจัดการ ธุรกิจนำเที่ยว	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3	4	5			
83	บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยน แผนการทำงานให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและสถาน การณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีการ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	ใช้ได้
84	บริษัทของท่านมีหลักเกณฑ์ในการ ประเมินผลการดำเนินงานที่ ชัดเจน	+1	0	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

หมายเหตุ: รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย จำนวน 5 ท่าน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พิภพ วังเงิน อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
นานาชาติแสตมป์ฟอร์ด
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
3. ดร.วีระเดช พันธุ์วิเศษ อาจารย์และผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขา
การจัดการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยมหิดล
4. ดร.दनัย เทียนพุ่ม นักวิจัย ฝ่ายเลขานุการศูนย์การศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
5. ดร.ขจรเดช อภิชาติตรากุล ผู้ช่วยผู้อำนวยการกลุ่มการตลาดในประเทศ การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย



ภาคผนวก ง
คำคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูล

ตารางที่ 34 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านบุคลิกภาพ								
1. ท่านรู้สึกอึดอัดใจที่ต้อง เก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้ เมื่อพบกับบุคคลอื่นที่มี ลักษณะจู้จุกจิก	2.75	0.95	2.54	1.10	2.55	0.93	2.64	0.95
2. ท่านชอบที่จะติดต่อและ สังสรรค์กับบุคคลภายนอก บริษัท เพราะทำให้ได้รู้จัก คนมากขึ้น	4.08	0.80	4.15	0.83	3.94	0.82	4.01	0.81
3. ท่านมีความกระตือรือร้น ในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนในการ ปฏิบัติงานและข้อบกพร่อง ของตนเองอย่างสม่ำเสมอ	4.42	0.65	4.31	0.78	4.19	0.72	4.29	0.70
4. ท่านเป็นบุคคลที่ยอมรับ ในแนวคิดของผู้อื่น	4.19	0.64	4.27	0.60	3.96	0.69	4.08	0.67
5. ท่านมักจะคำนึงถึง กระบวนการและขั้นตอน การปฏิบัติงานที่บริษัท กำหนด เพื่อให้เกิด ข้อผิดพลาดในการ ปฏิบัติงานน้อยที่สุด	4.44	0.66	4.27	0.60	4.16	0.65	4.28	0.66
รวม	3.98	0.46	3.91	0.45	3.76	0.47	3.86	0.48

ตารางที่ 34 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับบุคคลของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการจูงใจ								
6. ความสำเร็จในงานเป็นแรงจูงใจให้ท่านต้องการปฏิบัติงานมากขึ้น	4.44	0.63	4.38	0.49	4.28	0.64	4.36	0.63
7. ท่านมักได้รับการยอมรับ และความเชื่อถือจากบุคลากรภายในบริษัท	4.18	0.62	4.27	0.60	4.02	0.73	4.10	0.69
8. งานที่ท่านปฏิบัตินั้นเป็นงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถ	4.28	0.76	4.27	0.66	4.14	0.67	4.21	0.71
9. ท่านมีความรับผิดชอบมากขึ้นกว่าเดิมอันสืบเนื่องมาจากความสามารถในการปฏิบัติงานของตัวท่าน	4.36	0.64	4.23	0.76	4.10	0.66	4.22	0.67
10. ท่านมีโอกาที่จะได้รับความก้าวหน้าในการขยายธุรกิจของท่าน	4.21	0.74	3.92	0.89	3.94	0.82	4.05	0.80
11. บริษัทของท่านมีการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้แก่บุคลากรอย่างชัดเจน	4.09	0.78	3.85	0.78	3.85	0.89	3.95	0.85
12. ท่านมอบหมายงานให้แก่บุคลากรอย่างเหมาะสมตามความรู้ความสามารถของบุคลากร	4.07	0.73	4.12	0.71	3.98	0.73	4.03	0.73
13. ท่านมีความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกับบุคลากร	4.33	0.59	4.46	0.50	4.05	0.71	4.19	0.67

ตารางที่ 34 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับบุคคลของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
14. สภาพแวดล้อมในการ ทำงานของบริษัทเอื้ออำนวย ต่อการปฏิบัติงานของ บุคลากร	4.21	0.71	4.19	0.69	3.96	0.69	4.08	0.71
15. ท่านมีความมั่นคงใน อาชีพ และสามารถเป็นที่พึ่ง ให้ผู้ร่วมงานทุกคน	4.10	0.69	4.08	0.74	3.88	0.79	3.99	0.75
16. ค่าตอบแทน/ ผลประโยชน์ที่ท่านได้รับมี ความเหมาะสมกับภาระงาน ของบริษัท	3.86	0.84	3.88	0.71	3.85	0.86	3.86	0.84
17. อาชีพของท่านเป็นที่น่า ภาคภูมิใจและเป็นที่ยอมรับ ของสังคม	4.25	0.70	4.15	0.67	4.10	0.70	4.17	0.70
รวม	4.20	0.48	4.15	0.41	4.01	0.48	4.10	0.49
ด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง								
18. หากบริษัทอยู่ในภาวะที่ ยากลำบากท่านเชื่อว่าความ สามารถของท่านจะทำให้ บริษัทกลับกลายเป็นดีได้	4.01	0.69	4.15	0.92	3.88	0.77	3.96	0.75
19. ท่านมีความเชื่อมั่นใน ความรู้ความสามารถของ ตนเองที่สามารถปฏิบัติงานให้ บรรลุเป้าหมายที่ท่านตั้งไว้ได้	4.29	0.54	4.19	0.74	4.07	0.68	4.17	0.64
20. ท่านมีความเชื่อมั่นในการ ทำหน้าที่หลากหลายและมี ความแตกต่างกัน	4.20	0.65	4.27	0.66	4.05	0.74	4.13	0.70
รวม	4.17	0.54	4.21	0.68	4.00	0.60	4.08	0.59

ตารางที่ 35 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการจัดการความขัดแย้งในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม								
21. บุคลากรมักจะยึดถือ ความคิดของตนเองในการ แก้ปัญหา	2.71	0.81	2.50	1.06	2.71	0.92	2.70	0.88
22. บุคลากรมักจะยอมรับ และยินดีปฏิบัติตามความ แนะนำของผู้อื่นในการ แก้ปัญหาต่างๆ	2.14	0.64	2.19	0.56	2.18	0.76	2.16	0.70
23. บุคลากรในบริษัทมักจะ หลีกเลี่ยงด้วยการถอนตัว ออกจากสถานการณ์ที่เป็น ความขัดแย้ง	2.72	0.87	2.69	1.08	2.68	0.98	2.70	0.84
24. บุคลากรในบริษัท ร่วมกันแสดงความคิดเห็น กันอย่างเต็มที่ ในการ แก้ปัญหาคความขัดแย้ง เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิด ความคิดใหม่ๆ เพื่อนำไปสู่ ความร่วมมือกัน	3.78	0.88	4.15	0.67	3.84	0.84	3.84	0.85
25. บุคลากรในบริษัทมี ส่วนร่วมในการตัดสินใจ และยึดการตัดสินใจของคน ส่วนใหญ่เป็นหลักในการ แก้ปัญหาคความขัดแย้ง	3.88	0.83	4.15	0.61	3.86	0.79	3.89	0.80
รวม	3.05	0.43	3.14	0.43	3.05	0.42	3.06	0.43

ตารางที่ 35 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม								
26. บุคลากรในบริษัท กำหนดแนวทางและ วัตถุประสงค์การทำงานที่ ชัดเจนร่วมกัน เพื่อใช้เป็น แนวทางในการปฏิบัติงาน ของบริษัท	3.95	0.77	4.27	0.66	3.93	0.74	3.96	0.75
27. งานที่ท่านปฏิบัตินั้น เป็นงานที่ให้โอกาสทุกคน เข้ามามีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจทุกลำดับขั้นตอน	3.90	0.83	4.23	0.99	3.84	0.79	3.89	0.83
28. บุคลากรในบริษัทมีการ ปรึกษาหารือ เพื่อกำหนด วิธีการปฏิบัติงานร่วมกัน	4.00	0.80	4.12	0.86	3.92	0.77	3.96	0.79
29. บุคลากรในบริษัทให้ ความสำคัญในการรับฟัง ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน	3.95	0.73	4.15	0.61	3.95	0.77	3.96	0.74
30. บุคลากรในบริษัทมีการ ติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน อย่างเปิดเผย	4.06	0.72	4.19	0.69	3.96	0.75	4.02	0.74
31. บุคลากรในบริษัทได้รับ มอบหมายหน้าที่และถูก กำหนดบทบาทให้ทำงาน ร่วมกันเป็นทีมอย่างชัดเจน	4.11	0.74	4.19	0.69	3.97	0.75	4.04	0.74
รวม	4.00	0.62	4.19	0.61	3.93	0.62	3.97	0.62

ตารางที่ 36 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กรของผู้ให้ข้อมูล

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้								
32. บุคลากรในบริษัทมี พฤติกรรมการเรียนรู้ วิทยาการใหม่ๆ	3.77	0.73	3.88	0.58	3.90	0.76	3.84	0.74
33. บุคลากรร่วมกันสร้าง วิสัยทัศน์ของบริษัท เพื่อ ไปสู่เป้าหมายเดียวกัน	3.87	0.78	3.96	0.66	3.87	0.79	3.88	0.77
34. บุคลากรในบริษัทมี ความเข้าใจและยอมรับ ความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่ง เกิดจากการเปิดกว้างทาง ความคิด โดยไม่ยึดติดกับ ความคิดของตนเอง	3.94	0.73	3.96	0.59	3.91	0.81	3.92	0.76
35. บุคลากรในบริษัทมีการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์การทำงาน ร่วมกันสม่ำเสมอ	3.90	0.89	4.04	0.77	3.84	0.81	3.88	0.84
รวม	3.87	0.68	3.96	0.46	3.88	0.67	3.88	0.66
ด้านวัฒนธรรมองค์กร								
36. บริษัทเปิดโอกาสให้ บุคลากรแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมกำหนด แนวทางในการปฏิบัติงาน	3.97	0.80	4.27	0.72	3.98	0.82	4.00	0.80
37. บุคลากรมีความ กระตือรือร้นสนใจและ แสวงหาความรู้ที่เอื้อ ประโยชน์ต่อการพัฒนา ตนเองและงานที่ปฏิบัติอยู่ อย่างสม่ำเสมอ	3.88	0.70	3.96	0.66	3.88	0.78	3.89	0.74

ตารางที่ 36 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์กรของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
38. บุคลากรมีพฤติกรรม การทำงานที่แข่งขันกัน ทำงานเพื่อให้ได้รับ ผลสำเร็จภายในบริษัท	2.47	0.93	2.23	0.76	2.37	0.87	2.40	0.89
39. บริษัทมีกฎระเบียบและ ข้อบังคับในการทำงาน ที่จะ นำไปสู่ความสำเร็จของ บริษัท	3.99	0.75	3.85	0.78	3.87	0.75	3.92	0.75
รวม	3.58	0.40	3.58	0.37	3.53	0.40	3.55	0.40
ด้านนวัตกรรมองค์กร								
40. บริษัทให้ความสำคัญ กับการนำเสนอแนวคิดและ วิธีการเกี่ยวกับการพัฒนา รายการนำเที่ยวและการ บริการรูปแบบใหม่ ให้ สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า	4.15	0.72	4.19	0.69	4.08	0.70	4.12	0.71
41. บริษัทให้ความสำคัญ กับการปรับเปลี่ยนแนวคิด ในกระบวนการบริการลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์และ พัฒนาคุณภาพการบริการ ให้เกิดความแตกต่างและ โดดเด่น	4.12	0.85	4.35	0.62	3.96	0.81	4.06	0.82
42. บริษัทให้ความสำคัญ กับการถ่ายทอดความรู้ใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ ตรงกันและร่วมกันปรับปรุง พัฒนารายการนำเที่ยวการ บริการใหม่ เพื่อสนองความ ต้องการของลูกค้า	4.21	0.76	4.19	0.69	4.12	0.76	4.16	0.75
รวม	4.16	0.71	4.24	0.57	4.06	0.65	4.11	0.68

ตารางที่ 36 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านเครือข่ายองค์การ								
43.บริษัทมีความร่วมมือกับ บริษัทอื่น เพื่อสร้าง นวัตกรรมการให้บริการจน กลายเป็นนวัตกรรมต้นแบบ โดยมีการแลกเปลี่ยนซึ่งกัน และกัน	3.73	0.94	3.81	0.98	3.73	0.92	3.74	0.93
44.บริษัทมีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ซึ่งกันและกันภายใน บริษัทนำเที่ยวด้วยกัน	3.66	0.93	3.85	0.88	3.70	0.90	3.69	0.91
45. บริษัทให้ความสำคัญกับ การบูรณาการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การทำงานของบริษัท เครือข่าย	3.83	0.83	3.73	0.91	3.73	0.88	3.77	0.86
46. บริษัทอิงประโยชน์ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ หลายอย่างรวม กัน ระหว่าง บริษัทเครือข่ายทั้งด้าน ทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน สถานที่ ฯลฯ	3.71	0.90	3.58	1.06	3.52	0.98	3.61	0.96
47.บริษัทมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ และ พร้อมให้การสนับสนุนใน เครือข่ายบริษัทนำเที่ยว	3.82	0.83	3.73	0.87	3.53	1.00	3.66	0.96
รวม	3.75	0.73	3.74	0.77	3.64	0.77	3.69	0.76

ตารางที่ 36 ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในพฤติกรรมการสร้างผลงานระดับองค์การของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ด้านการรับรู้	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านสภาพแวดล้อม								
องค์การ								
48.เมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่งในประเทศ บริษัทของ ท่านมีความได้เปรียบด้าน ต้นทุนการผลิต	3.71	0.83	3.42	1.02	3.43	1.04	3.54	0.96
49. บริษัทของท่านมี จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น เมื่อ เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา	3.59	0.98	3.35	1.26	3.33	1.12	3.44	1.08
50. แผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวของรัฐบาลไทย ช่วยส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนารายการนำเที่ยว และการบริการให้กับบริษัท ของท่าน	3.32	0.96	3.19	1.02	3.48	0.99	3.39	0.99
51. โครงสร้างพื้นฐานของ ประเทศ ช่วยส่งเสริมและ สนับสนุนการพัฒนา รายการนำเที่ยวและการ บริการให้กับบริษัทของท่าน	3.40	1.00	3.35	1.09	3.42	1.05	3.40	1.04
52. บริษัทของท่านมีความ สามารถในการแข่งขันที่ ยิ่งยไปกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ในภาคธุรกิจนำเที่ยว	2.25	0.85	2.38	1.02	2.63	0.95	2.46	0.93
53. รัฐบาลให้การส่งเสริม สนับสนุน และเข้ามา บทบาทสำคัญใน กระบวนการพัฒนาการ ดำเนินธุรกิจนำเที่ยว	3.05	1.08	3.12	1.24	3.10	1.16	3.08	1.13
รวม	3.22	0.55	3.13	0.64	3.23	0.64	3.22	0.61

ตารางที่ 37 ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถใน การจัดการธุรกิจนำเที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านผู้นำระดับสากล								
54. ท่านเปิดใจและยอม รับคำวิพากษ์วิจารณ์ของ คนอื่น เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาตนเอง บุคลากร และงานที่ปฏิบัติในบริษัท	1.99	0.21	2.08	0.62	1.97	0.29	1.99	0.30
55. ท่านมีความมุ่งมั่นและ กำหนดวิธีการพัฒนาขีด ความสามารถในการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมายที่ กำหนดไว้	2.00	0.19	2.08	0.39	1.97	0.30	1.99	0.27
56. ท่านไม่รู้จักการ สร้างสรรค์รายการนำเที่ยว และการบริการที่มีคุณภาพ อย่างต่อเนื่อง	1.99	0.22	2.12	0.58	1.96	0.31	1.98	0.31
รวม	1.99	0.20	2.09	0.53	1.97	0.30	1.99	0.88
ด้านการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ								
1. ความสามารถการรับรู้ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ								
57. ท่านมีความรู้ความ เข้าใจเรื่องความ หลากหลายในการ ปฏิบัติงานร่วมกับบริษัท ต่างชาติ	1.94	0.37	1.96	0.19	1.92	0.32	1.93	0.33
58. ท่านมีความรู้ความ เข้าใจเรื่องความ หลากหลายด้านวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวแต่ละ ประเทศ	1.95	0.34	2.00	0.00	1.94	0.25	1.95	0.29

ตารางที่ 37 ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว								
59. ท่านมุ่งมั่นตั้งใจในการร่วมปฏิบัติงานกับบริษัทต่างชาติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	1.94	0.31	1.96	0.19	1.91	0.38	1.92	0.34
60. ท่านมุ่งมั่นตั้งใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	1.95	0.34	1.96	0.19	1.97	0.29	1.96	0.31
2. ความสามารถด้านอารมณ์ในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ								
61. ท่านสามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติ	1.97	0.33	1.96	0.19	1.95	0.32	1.96	0.32
62. ท่านสามารถยอมรับความแตกต่างในวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้	1.99	0.30	2.00	0.00	1.98	0.28	1.98	0.28
63. ท่านสามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายของการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างชาติอย่างต่อเนื่องได้จนประสบความสำเร็จ	1.99	0.30	2.00	0.00	1.92	0.36	1.95	0.33
64. ท่านสามารถปรับตัวในการทำงานบนความหลากหลายในด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องได้ จนประสบความสำเร็จ	1.99	0.21	2.00	0.00	1.98	0.28	1.99	0.24
65. ท่านให้ความสนใจและเอาใจใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบริษัทต่างชาติ	1.99	0.30	1.96	0.19	1.94	0.34	1.96	0.31

ตารางที่ 37 ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถในการ จัดการธุรกิจนำเที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
66. ท่านให้ความสนใจและเอาใจ ใส่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	1.98	0.31	1.96	0.19	1.97	0.30	1.97	0.30
3. ความสามารถด้านพฤติกรรมในการจัดการวัฒนธรรมระหว่างชาติ								
67. ท่านสามารถติดต่อสื่อสารให้ เกิดความเข้าใจตรงกัน ระหว่าง บริษัทภายในประเทศและบริษัท ต่างชาติ	1.94	0.23	1.96	0.19	1.91	0.34	1.92	0.29
68. ท่านสามารถติดต่อสื่อสารให้ เกิดความเข้าใจตรงกัน ระหว่าง บริษัทของท่านและนักท่องเที่ยว ในแต่ละประเทศ	1.95	0.22	1.96	0.19	1.93	0.27	1.94	0.24
69. ท่านสามารถควบคุมอารมณ์ ได้แม้อยู่ในสถานการณ์ความ ขัดแย้งการปฏิบัติ งานร่วมกับ บริษัทต่างชาติ	1.97	0.17	2.00	0.00	1.96	0.26	1.96	0.22
70. ท่านสามารถควบคุมอารมณ์ ได้แม้อยู่ในสถานการณ์ความ ขัดแย้งทางวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	1.96	0.19	1.96	0.19	1.98	0.28	1.97	0.24
71. ท่านสามารถแก้ไขปัญหา ความขัดแย้งได้ ท่ามกลางการ ปฏิบัติงานระหว่างบุคลากรใน บริษัทและบุคลากรของบริษัท ต่างชาติ	1.95	0.22	2.00	0.00	1.94	0.34	1.95	0.28

ตารางที่ 37 ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถใน การจัดการธุรกิจนำเที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
72. ท่านสามารถแก้ไขปัญหา ความขัดแย้งได้ ทั้งในด้านการ ให้บริการระหว่างบุคลากรใน บริษัทและนักท่องเที่ยวในแต่ละ ประเทศ	1.95	0.20	2.00	0.00	1.97	0.30	1.96	0.25
รวม	1.96	0.27	1.97	0.11	1.94	0.31	1.95	0.28
ด้านการจัดการฐานทรัพยากร								
73. ท่านมีความสามารถในการ พัฒนาบุคลากรในด้านการ จัดการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมี ประสิทธิภาพ	1.97	0.16	2.00	0.00	1.96	0.25	1.97	0.21
74. ท่านมีความสามารถในการ บริหารจัดการเงินทุน/เงินสด หมุนเวียน ในการประกอบ กิจการให้บรรลุตามเป้าหมาย แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูง ในภาวะความยากลำบาก	1.94	0.24	2.00	0.00	1.90	0.32	1.92	0.28
75. ท่านมีความสามารถในการ จัดการนวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อ สร้างสรรค์ผลงานที่มีความ ทันสมัย	1.95	0.20	1.96	0.19	1.94	0.26	1.95	0.23
76. ตราสินค้าหรือเครื่องหมาย การค้าของบริษัทท่านเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากลูกค้า ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	1.99	0.11	1.96	0.19	1.94	0.34	1.96	0.26

ตารางที่ 37 ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถใน การจัดการธุรกิจนำเที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
77. บริษัทของท่านได้รับการ ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยการมาใช้ บริการอย่างสม่ำเสมอ	1.99	0.11	2.00	0.00	1.97	0.30	1.98	0.23
78. บริษัทของท่านมีชื่อเสียงเป็น ที่ยอมรับของลูกค้าภายในและ ต่างประเทศ	1.99	0.08	2.00	0.00	1.97	0.29	1.98	0.22
79. บริษัทของท่านมีเทคนิคหรือ กรรมวิธีการผลิตรายการนำเที่ยว และการให้บริการที่เป็น เอกลักษณ์เฉพาะซึ่งยากต่อการ ลอกเลียนแบบ	1.95	0.22	1.92	0.27	1.93	0.28	1.94	0.25
80. รายการนำเที่ยวและการ ให้บริการในบริษัทของท่านมี ความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจาก คู่แข่งอื่น	1.97	0.16	1.92	0.27	1.93	0.30	1.95	0.25
81. บริษัทของท่านมีการวาง แผนการทำงานด้านต่างๆ อย่าง เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน	1.97	0.16	1.96	0.19	1.96	0.26	1.96	0.22
82. กระบวนการผลิตรายการนำ เที่ยวและการให้บริการของ บริษัทเป็นไปตามมาตรฐานและ ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ภายในประเทศและต่างประเทศ	1.98	0.13	1.96	0.19	1.96	0.31	1.97	0.24

ตารางที่ 37 ค่าคะแนนเฉลี่ยขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ให้ข้อมูล (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจ ขีดความสามารถใน การจัดการธุรกิจนำเที่ยว	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		เจ้าของคนเดียว		รวม (n= 371)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
83. บริษัทของท่านมีการปรับ เปลี่ยนแผนการทำงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และสถานการณ์ทางการ ท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	1.99	0.08	2.00	0.00	1.98	0.28	1.99	0.20
84. บริษัทของท่านมีหลักเกณฑ์ ในการประเมินผลการดำเนินงาน ที่ชัดเจน	1.98	0.13	1.92	0.27	1.96	0.31	1.97	0.25
รวม	1.97	0.15	1.96	0.13	1.95	0.29	1.96	0.23





ภาคผนวก จ
รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการให้สัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 38 รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ที่ให้การสัมภาษณ์เชิงลึก

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว			
1.	คุณสุทธิชัย เฉิน	ผู้จัดการทั่วไป	บริษัท ดา ภู ทราเวล จำกัด
2.	คุณกัลยา รักราวี	ผู้จัดการทั่วไป	บริษัท นนทศักดิ์ มารีน จำกัด
3.	คุณสมานนพพล รัตนธรรมทิทยา	ผู้จัดการทั่วไป	บริษัท เอเออี ออล เอเชีย เอ็กซ์คลูซีฟ จำกัด
4.	คุณไชยรงค์ เจริญเมือง	เจ้าของกิจการ	ดีไวน์แพรเวลส์ (ไทยแลนด์)
5.	คุณศรีพันธ์ เดเนียด	ผู้จัดการทั่วไป	ห้างหุ้นส่วนจำกัด คลีก แอนด์ ทราเวล
6.	คุณมีพร ทรายเทียมทอง	เจ้าของกิจการ	เพนกวิ้น ทัวร์
7.	คุณอำพร วงศ์อ้าย	รองผู้จัดการ	แสบปี เวิลด์ ทัวร์ ฮอลิเดย์
8.	คุณบุญชัย รุ่งเรืองแสนสุข	กรรมการผู้จัดการ	ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิคเอนทัวร์ จำกัด
นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว			
9.	ดร.รุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์	รองประธานฝ่าย วิชาการ	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
10.	ดร.พิมมาดา วิชาศิลป์	กรรมการ	สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
11.	ดร.จิราณูช โสภ	หัวหน้า	โครงการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจ นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ประจำปี.2556
12.	รศ.ดร.บงกช ฤทธิชัยนวัฒน์ งามสม	คณะกรรมการ	สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
13.	อาจารย์พราวธิดา ศรีระทุ	รองหัวหน้า	โครงการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจ นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ประจำปี.2556
14.	ดร.วีรเดช พันธุ์วิชาวาส	คณะกรรมการ	สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
15.	คุณเพชรดา ศรชัยไพศาล	อุปนายก ฝ่ายวิชาการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
16.	ดร.โฉมยง ไต้ะทอง	คณะกรรมการ	สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 38 รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ที่ให้การสัมภาษณ์เชิงลึก (ต่อ)

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจ			
17.	คุณเบญจ มอนโกเมอริ	ประธาน	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว แห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ประจำประเทศไทย
18.	คุณศรัญญา เกษมมงคล	นักวิเคราะห์นโยบาย และแผน	กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา
19.	ดร.ขจรเดช อภิชาติตรากุล	ผู้ช่วยผู้อำนวยการกลุ่ม การตลาดในประเทศ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
20.	ดร.वलัทักษณ์ น้อยพยัคฆ์	ผู้อำนวยการฝ่ายติดตาม และบริหารความเสี่ยง	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
21.	คุณศุภฤกษ์ ศุรางกูร	นายก	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว
22.	คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนนท์	นายก	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่ง ประเทศไทย
23.	คุณวิริยะ เกิดผล	คณะกรรมการตรวจสอบ และประเมินผล	กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา





ภาพที่ 6 การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง



ภาคผนวก ฉ

รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายสู่ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์
การพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 39 รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ที่เข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว			
1.	คุณสมพงษ์ นิธิวรรณะ	เจ้าของกิจการ	Reliance Holiday (Thailand) Co.,Ltd.
2.	คุณสิริลักษณ์ ปราชญ์ปัญญาธร	กรรมการ ผู้จัดการ	Smile Plus Holiday Co.,Ltd.
3.	คุณธนยศ ฌภัทรเที่ยงแท้	เจ้าของกิจการ	New Wave Tour
นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว			
4.	ดร.รุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์	ฝ่ายวิชาการ	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
5.	คุณสร้อยนภา พันธุ์คง	ฝ่ายวิชาการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
6.	คุณสพสันต์ เพชรคำ	อาจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
7.	เพชรดา ศรชัยไพศาล	ฝ่ายวิชาการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจ			
8.	คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์	นายก	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
9.	คุณวิฑูรย์ หินแก้ว	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
10.	คุณเพียร หดย้อย	ที่ปรึกษา	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
11.	คุณแก้วเล็ก เหลืองอุดมเลิศ	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
12.	คุณพีรพล อ่อนล้ำอง	อนุกรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
13.	คุณวรานนท์ ผลเจริญ	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
14.	คุณชาติ จันทนประยูร	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
15.	คุณสรศักดิ์ บุญโยทยาน	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
16.	คุณนิธิรัฐ มาตรากุล	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
17.	คุณอรทัย เทตินามวงศ์	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
18.	คุณอารีรัตน์ มั่นสงฆ์กาญจน์	กรรมการ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
19.	คุณธวัชชัย เงยเจริญ	ที่ปรึกษา	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
20.	นาย ณรงค์ สุทธิพงศ์พิธาน	ที่ปรึกษา	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย



ภาพที่ 7 การจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยการสนทนากลุ่ม



ที่ ศธ 0520.107/ ๙๓-๔๐๑



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

20 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ชจรเดช อภิชาติตรากุล

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันสุกร นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาสมรรถนะการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" และจำเป็นต้อง มีผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๒๖

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทร. 0-28497502-3

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 0520.107/1347



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ถนนบรมราชชนนี คลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

20 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ วังเงิน

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาสมรรถนะการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" และจำเป็นต้อง มีผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๒๒

(รองศาสตราจารย์ ดร. ปานใจ ฮารทศินวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย คลิ่งชัน

โทร. 0-28497502-3

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"



ที่ ศธ 0520.107/1346

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ถนนบรมราชชนนี คลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๑๐ มีนาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.คณีย์ เทียนพุด

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาสมรรถนะการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" และจำเป็นต้อง มีผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ฮาרתศนวงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย คลิ่งชัน
โทร. 0-28497502-3

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 0520.107/1349



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ถนนบรมราชชนนี คลองตัน
กรุงเทพฯ 10170

20 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.วีระเดช พันธุ์วิเศษ

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาสมรรถนะการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" และจำเป็นต้อง มีผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับ นักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๒ ✓

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ฮารัตินวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย คลองตัน

โทร. 0-28497502-3

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 0520.107/1๖๔๓



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ถนนบรมราชชนนี คลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

2๐ มีนาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาสมรรถนะการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" และจำเป็นต้อง มีผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับ นักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทธวงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย คลิ่งชัน
โทร. 0-28497502-3

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"



ภาคผนวก ซ
หนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล

ที่ ศช 0520.303.1/ 09๗9



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ
จังหวัดเพชรบุรี 76120

30 เมษายน 2557

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประกอบการทำดุษฎีนิพนธ์ ในกรณี คณะวิทยาการจัดการ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความร่วมมือให้ข้อมูลแก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ ทั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นางนงท์ หอมสุด)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. 0 3259 4031

โทรสาร 0 3259 4023



ที่ ศธ 0520.107(พ.บ.)/๒๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

๒๖ กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการขอข้อมูล

เรียน ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจนำเที่ยว

ด้วย นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนาสมรรถนะการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ข้อมูลแก่นักศึกษาดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 095-809-1414

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อมรินทร์ เทวตา)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร 032-594-107

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์
ที่อยู่	144/7 ซอยหัวหิน 55 ถนนชมสินธุ์ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
ที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งหัวหิน
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2540	สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2546	สำเร็จการศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมภ์พอร์ต
พ.ศ. 2554	ศึกษาต่อระดับปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2546 – 2548	อาจารย์ประจำสาขาธุรกิจการท่องเที่ยวโรงเรียนพณิชยการหัวหิน
พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำหลักสูตรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งหัวหิน

