

หัวข้อวิจัย	ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว : กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ฯ
ผู้ดำเนินการวิจัย	ดร. จิรัฐ ชวนชม นางสาวนงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร
ที่ปรึกษา	รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์
หน่วยงาน	หลักสูตรการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2556

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว : กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ฯ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว (2) ศึกษาความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว (3) เปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวจำแนกตามลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว (4) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวและ (5) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

การดำเนินงานวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 352 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลประกอบไปด้วยผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้นจำนวน 5 ราย การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจทุกด้านในระดับมาก โดยมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทักษะด้านความคิด และทักษะด้านเทคนิค เป็นอันดับสุดท้าย

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการตลาด และด้านการจัดการเป็นอันดับสุดท้าย

ธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านการเติบโตของยอดขายเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยร้อยละ 22 ด้านการเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยร้อยละ 20 และด้านการเติบโตของผลกำไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยร้อยละ 20

ปัจจัยที่ผู้บริหารพิจารณาว่าเป็นสิ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจนำเที่ยว 3 อันดับแรก คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ ซื่อสัตย์ และจริงใจต่อลูกค้า รองลงมา คือ การเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง คุณภาพการให้บริการของพนักงาน

การจัดตารางการท่องเที่ยว ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก และผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และสามารถวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจำแนก รูปแบบการดำเนินธุรกิจตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียน จำแนกตามประเภทของธุรกิจที่ต่างกัน พบว่า ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัยทักษะของผู้บริหารด้านมนุษยสัมพันธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิผลในการทำงาน ได้ร้อยละ 5.4

ปัจจัยขีดความสามารถของผู้บริหารด้านการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ได้ร้อยละ 6.8

แนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

1. บริษัทนำเที่ยวต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ในเส้นทางท่องเที่ยวของบริษัทให้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการนำเที่ยวรายอื่น ๆ

2. การดำเนินธุรกิจต้องมีความซื่อสัตย์ต้องนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้องและโปร่งใสให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นกับการทำงานของบริษัท

3. นำเสนอสิ่งที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจและความประทับใจ

4. มีการดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

5. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับมัคคุเทศก์โดยการอบรมให้มีความชำนาญในเรื่องของพื้นที่ที่จะพานักท่องเที่ยวไปและให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ

6. มีการรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

<b>Research Title</b>	Key Success Factors towards Management Business of Tourism Business: Case study of Tourism Business in Bangkok metropolises area
<b>Researcher</b>	Jirat Chuanchom Ph.D. Miss Nongluck Popichit
<b>Research Consultants</b>	Siriwan Sererat Assoc. Prof.
<b>Organization</b>	Major Management Management Science Faculty Suan Dusit Rajabhat University
<b>Year</b>	2013

Key Success Factors towards Management Business of Tourism Business: Case study of Tourism Business in Bangkok metropolises area

The objectives of this research were to study (1) executives' management skills and capabilities in tourism business (2) to study the successful management in tourism business (3) to compare the successful management in tourism business among different types of tour operators (4) to study key success Factors towards Management Business of Tourism Business and (5) to find guidelines to develop successful management in tourism business.

In this research, quantitative and qualitative methods were used. 352 tour companies' entrepreneurs or managers in Bangkok were participants who gave quantitative data. This research used convenience sampling. Data was collected through questionnaire. Five entrepreneurs or managers were participants who gave qualitative data through in-depth interview.

The findings were as follows.

Overall, tour companies' entrepreneurs or managers had management skills at high level. Considering each aspect, they had good management skills in all aspects. Their Human Relations skill was highest, followed by Cognitive skill, and Technical skill, respectively.

Overall, tour companies' entrepreneurs or managers had management capabilities at high level. Considering each aspect, they had good management capabilities in all aspects. Their Operations Management Capability was highest, followed by Marketing Capability, and Management Capability, respectively.

With the Tour businesses' success, their average sales increases 22%; average market share increases 20% and average profit increases 20% from the last year.

Factors affecting successful management in tourism business are as follows. Three most important factors included Willingness to service, Serving service with Honesty, and Serving service with sincerity. Fast accessibility and responsiveness to customers; Employee's Service Quality; Tour, Accommodation and Facilities Scheduling and Planning; and Manager's Vision and analytic thinking about tourism market trend, respectively were the following important factors.

The comparative result showed that tour companies with different forms of business operation length of experiences in tourism sector amount of registration capital and types of tour companies had indifferent successful management, in terms of effectiveness and efficiency.

Human relations skill was a management skill affecting successful management in effectiveness aspect by 5.4%

Marketing capability was a management capability affecting successful management in efficiency aspect by 6.8%

The suggestions for improving successful management in tourism business are as follows.

1. Tour companies should create Product Differentiation and services as well as travel routes.
2. Tour companies should operate their business through honesty, clear and transparent information to build trust and confidence to customers.
3. Tour companies should offer customer high quality of products and services in order to build satisfaction and impression.
4. Tour companies should participate in a network of other tour companies and related companies.
5. Tour companies should pay attention to guides by providing training program to increase their expertise and understanding in service foundation.
6. Tour companies should be open and listen to tourists' comment to improve their services.