

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว: กรณีศึกษาธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ฯ” คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร/ผู้จัดการนำเที่ยว จำนวน 352 คน แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และผลการทดสอบสมมติฐาน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ (1) ลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว (2) ทักษะของผู้บริหาร (3) ชีตความสามารถในการบริหาร (4) ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (5) ข้อเสนอแนะปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน (n = 352)	ร้อยละ
1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ		
- กิจการเจ้าของคนเดียว	36	10.23
- ห้างหุ้นส่วน	40	11.36
- บริษัทจำกัด	276	78.41
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว		
- น้อยกว่า 3 ปี	27	7.67
- 3-6 ปี	30	8.52
- 7-10 ปี	53	15.06
- มากกว่า 10 ปี	242	68.75
3. จำนวนพนักงานในบริษัท		
- น้อยกว่า 10 คน	201	57.10
- 10-20 คน	72	20.45
- 21-30 คน	11	3.13
- มากกว่า 30 คน	68	19.32

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว (ต่อ)

ลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว	จำนวน (n = 352)	ร้อยละ
4. ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจนำเข้าเที่ยว		
- น้อยกว่า 4 ล้านบาท	219	62.21
- 4-8 ล้านบาท	53	15.06
- มากกว่า 8 ล้านบาท	80	22.73
5. ระยะเวลาในการคืนทุน		
- น้อยกว่า 3 ปี	92	26.14
- 3-6 ปี	178	50.57
- 7-10 ปี	29	8.24
- มากกว่า 10 ปี	53	15.05
6. ประเภทของธุรกิจนำเข้าเที่ยว		
- ธุรกิจนำเข้าเที่ยวภายในประเทศ (Domestic)	33	9.38
- ธุรกิจจัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศ (Inbound)	67	19.03
- ธุรกิจนำเข้าเที่ยวต่างประเทศ (Outbound)	33	9.38
- ธุรกิจนำเข้าเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ	219	62.21
7. การบริการธุรกิจนำเข้าเที่ยว		
- แบบเหมารวมที่มีผู้นำเที่ยว	246	69.89
- แบบเหมารวมที่ไม่มีผู้นำเที่ยว	37	10.51
- แบบเหมารวมที่มีผู้นำเที่ยวและไม่มีผู้นำเที่ยว	69	19.60

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด จำนวน 276 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 78.41 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจนำเข้าเที่ยวมากกว่า 10 ปี จำนวน 242 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 68.75 จำนวนพนักงานในบริษัทน้อยกว่า 10 คน จำนวน 201 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 57.10 มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจนำเข้าเที่ยวน้อยกว่า 4 ล้านบาท จำนวน 219 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 62.21 มีระยะเวลาในการคืนทุน 3-6 ปี จำนวน 178 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.57 ดำเนินธุรกิจนำเข้าเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 219 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 62.21 และการบริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวแบบเหมารวมที่มีผู้นำเที่ยว จำนวน 246 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 69.89

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว

2. ทักษะของผู้บริหาร

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ทักษะของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว	ระดับทักษะ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์	3.94	.482	มาก	1
2. ทักษะด้านความคิด	3.89	.546	มาก	2
3. ทักษะด้านเทคนิค	3.64	.682	มาก	3
ทักษะการบริหารโดยรวม	3.82	.488	มาก	-

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจทุกด้านในระดับมาก โดยผู้บริหารธุรกิจมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทักษะด้านความคิด ($\bar{x} = 3.89$) และทักษะด้านเทคนิค ($\bar{x} = 3.64$) ตามลำดับ

2.1 ทักษะของผู้บริหารด้านมนุษยสัมพันธ์

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ทักษะของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวด้านมนุษยสัมพันธ์	ระดับทักษะ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการรับฟังความคิดและเข้าใจความรู้สึกของพนักงาน	4.12	.609	มาก	1
2. สามารถควบคุมอารมณ์ในการคุยกับพนักงาน	3.88	.584	มาก	4
3. สามารถจูงใจให้พนักงานทำงานเต็มความสามารถ	3.99	.643	มาก	2
4. มีการกระจายอำนาจการบริหารให้กับพนักงาน	3.89	.797	มาก	3
5. มีการติดต่อสื่อสาร/แลกเปลี่ยนข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจร่วมกับผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวรายอื่น	3.81	.855	มาก	5
รวม	3.94	.482	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านมนุษยสัมพันธ์โดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ทุกข้อในระดับมาก โดยผู้บริหารธุรกิจมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในข้อมีการรับฟังความคิดและเข้าใจความรู้สึกของพนักงาน ($\bar{x} = 4.12$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สามารถจูงใจให้พนักงานทำงานเต็มความสามารถ ($\bar{x} = 3.99$) มีการกระจายอำนาจการบริหารให้กับพนักงาน ($\bar{x} = 3.89$) สามารถควบคุมอารมณ์ในการคุยกับพนักงาน ($\bar{x} = 3.88$) และมีการติดต่อสื่อสาร/แลกเปลี่ยนข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจร่วมกับผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวรายอื่น ($\bar{x} = 3.81$) ตามลำดับ

2.2 ทักษะของผู้บริหารด้านความคิด

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะด้านความคิดของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ทักษะของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวด้านความคิด	ระดับทักษะ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจ	3.99	.627	มาก	2
2. มีการวางแผนการบริหารงานล่วงหน้าและสามารถนำไปใช้ปฏิบัติจริง	3.95	.662	มาก	3
3. มีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาเพื่อแก้ไขปัญหา	4.09	.714	มาก	1
4. มีการจัดอบรมพนักงานเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ	3.67	.810	มาก	5
5. มีการคาดการณ์และวางแผนรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น	3.73	.762	มาก	4
รวม	3.89	.546	มาก	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านความคิดโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านความคิดทุกข้อในระดับมาก โดยผู้บริหารธุรกิจมีทักษะด้านความคิดในข้อมีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาเพื่อแก้ไขปัญหา ($\bar{x} = 4.09$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจ ($\bar{x} = 3.99$) มีการวางแผนการบริหารงานล่วงหน้าและสามารถนำไปใช้ปฏิบัติจริง ($\bar{x} = 3.95$) มีการคาดการณ์และวางแผนรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ($\bar{x} = 3.73$) และมีการจัดอบรมพนักงานเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ ($\bar{x} = 3.67$) ตามลำดับ

2.3 ทักษะของผู้บริหารด้านเทคนิค

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะด้านเทคนิคของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ทักษะของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวด้านเทคนิค	ระดับทักษะ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการองค์กรเพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว	3.96	.725	มาก	1
2. มีการนำกระบวนการวิจัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	3.30	.999	ปานกลาง	5
3. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้า	3.77	.744	มาก	2
4. มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตัดสินใจการดำเนินงาน	3.63	.841	มาก	3
5. มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประสานงานกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจเช่ารถ ธุรกิจที่พัก	3.54	1.034	มาก	4
รวม	3.64	.682	มาก	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะในการบริหารธุรกิจด้านเทคนิคโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านเทคนิคในระดับมาก ในข้อมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการองค์กรเพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.96$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้า ($\bar{x} = 3.77$) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตัดสินใจการดำเนินงาน ($\bar{x} = 3.63$) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประสานงานกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจเช่ารถ ธุรกิจที่พัก ($\bar{x} = 3.54$) และผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีทักษะด้านเทคนิคในระดับปานกลางในข้อมีการนำกระบวนการวิจัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ($\bar{x} = 3.30$) ตามลำดับ

3. ซิตความสามารถในการบริหารของผู้บริหาร

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของซิตความสามารถในการบริหารของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ซิตความสามารถในการบริหาร ของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว	ระดับซิตความสามารถ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการจัดการ	3.93	.543	มาก	3
2. ด้านการตลาด	4.01	.489	มาก	2
3. ด้านการปฏิบัติการ	4.29	.499	มากที่สุด	1
ซิตความสามารถในการบริหารโดยรวม	4.07	.441	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการตลาดในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) และด้านการจัดการในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) ตามลำดับ

3.1 ขีดความสามารถในการบริหารด้านการจัดการ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารด้านการจัดการของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ขีดความสามารถด้านการจัดการ	ระดับขีดความสามารถ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	4.20	.700	มาก	1
2. มีการแบ่งแผนงานที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ	3.95	.730	มาก	3
3. มีการสนับสนุนพนักงานได้พัฒนาความรู้เพื่อรองรับการบริการลูกค้า	4.09	.641	มาก	2
4. มีการจัดให้พนักงานเป็นผู้แนะนำแพคเกจท่องเที่ยว	3.89	.797	มาก	4
5. มีการวางแผนจัดสรรทรัพยากรในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	3.76	.625	มาก	7
6. มีการจัดทำประกันภัยให้กับพนักงาน	3.82	.997	มาก	5
7. มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา	3.81	.862	มาก	6
รวม	3.93	.543	มาก	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการจัดการโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการจัดการทุกข้อในระดับมาก โดยมีขีดความสามารถในข้อมีการวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการสนับสนุนพนักงานได้พัฒนาความรู้เพื่อรองรับการบริการลูกค้า ($\bar{x} = 4.09$) มีการแบ่งแผนงานที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ ($\bar{x} = 3.95$) มีการจัดให้พนักงานเป็นผู้แนะนำแพคเกจท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.89$) มีการจัดทำประกันภัยให้กับพนักงาน ($\bar{x} = 3.82$) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา ($\bar{x} = 3.81$) และมีการวางแผนจัดสรรทรัพยากรในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 3.76$) ตามลำดับ

3.2 ขีดความสามารถในการบริหารด้านการตลาด

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารด้านการตลาดของผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ขีดความสามารถด้านการตลาด	ระดับขีดความสามารถ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.28	.624	มากที่สุด	4
2. มีการกำหนดที่พัก/โรงแรมตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.37	.584	มากที่สุด	2
3. มีการกำหนดร้านอาหารตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.34	.628	มากที่สุด	3
4. มีการจัดทำประกันภัยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ	4.38	.815	มากที่สุด	1
5. มีการแนะนำเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ	4.04	.758	มาก	6
6. มีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวให้กับลูกค้าโดยการออกบูท	2.90	1.226	ปานกลาง	8
7. มีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์	3.54	1.149	มาก	7
8. มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับการบริการให้กับลูกค้า	4.21	.697	มากที่สุด	5
รวม	4.01	.489	มาก	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการตลาดโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการตลาดในระดับมากที่สุด ในข้อมีการจัดทำประกันภัยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{x} = 4.38$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการกำหนดที่พัก/โรงแรมตรงกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.37$) มีการกำหนดร้านอาหารตรงกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.34$) มีการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.28$) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับการบริการให้กับลูกค้า ($\bar{x} = 4.21$)

ผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการตลาดในระดับมาก ในข้อมีการแนะนำเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ($\bar{x} = 4.04$) มีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ($\bar{x} = 3.54$) และผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการตลาดในระดับปานกลาง ในข้อมีการนำเสนอแพคเกจท่องเที่ยวให้กับลูกค้าโดยการออกบูท ($\bar{x} = 2.90$) ตามลำดับ

3.3 ขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการของผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยว

ขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการ	ระดับขีดความสามารถ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการประสานงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องไว้บริการนักท่องเที่ยว	4.15	.669	มาก	6
2. มีการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานของสมาคมการท่องเที่ยว	4.32	.637	มากที่สุด	3
3. มีการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ	4.30	.639	มากที่สุด	4
4. มีการกำหนดนโยบายการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจ	4.37	.649	มากที่สุด	2
5. มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม	4.55	.568	มากที่สุด	1
6. มีการนำข้อเสนอที่ได้จากพนักงานและลูกค้ามาปรับปรุงการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.30	.666	มากที่สุด	5
7. มีการสร้างรูปแบบการบริการนำเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ	4.02	.758	มาก	7
รวม	4.29	.499	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถในการบริหารด้านการปฏิบัติการโดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการในระดับมากที่สุด ในข้อมีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม ($\bar{x} = 4.55$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการกำหนดนโยบายการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจ ($\bar{x} = 4.37$) มีการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานของสมาคมการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.32$) มีการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 4.30$) มีการนำข้อเสนอที่ได้จากพนักงานและลูกค้ามาปรับปรุงการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.30$)

ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการในระดับมาก ในข้อมีการประสานงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องไว้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.15$) และมีการสร้างรูปแบบการบริการนำเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ($\bar{x} = 4.02$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจ
นำเที่ยว

4. ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ

4.1 ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านการเติบโตของยอดขาย ส่วนแบ่ง ทางการตลาด และกำไร

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ
ด้านการเติบโตของยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาด และผลกำไรของธุรกิจนำเที่ยว

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ	ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ				
	n	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	$\bar{x}$	S.D.
1. ร้อยละการเติบโตของยอดขายเมื่อเทียบกับ ปีที่ผ่านมา	242	1	85	22.23	19.925
2. ร้อยละการเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	225	1	90	19.52	17.697
3. ร้อยละการเติบโตของผลกำไรเมื่อเทียบกับ ปีที่ผ่านมา	229	0	70	20.40	18.518

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านการเติบโตของ
ยอดขายเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 22 ($\bar{x} = 22.23$) ด้านการเติบโตของส่วน
แบ่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 ($\bar{x} = 19.52$) และ
ด้านการเติบโตของผลกำไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 ($\bar{x} = 20.40$)

4.2 ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิผลในการทำงาน

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว ด้านประสิทธิผลในการทำงาน

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิผลในการทำงาน	ระดับความสำเร็จ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการ	4.17	.673	มาก	1
2. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น	3.86	.783	มาก	3
3. การดำเนินงานของธุรกิจได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วน อาทิ ลูกค้า บุคลากร และผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	4.10	.685	มาก	2
4. พนักงานมีความภาคภูมิใจต่อองค์กร	3.78	.904	มาก	5
5. กระบวนการทำงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้	3.66	.735	มาก	6
6. มีการตัดสินใจดำเนินงานที่ถูกต้องและบรรลุเป้าหมาย	3.85	.767	มาก	4
รวม	3.90	.534	มาก	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิผลในการทำงานโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิผลในการทำงานทุกข้อในระดับมาก ดังนี้ ในข้อลูกค้าที่มาใช้บริการมีการแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการ ($\bar{x} = 4.17$) เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การดำเนินงานของธุรกิจได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วน อาทิ ลูกค้า บุคลากร และผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.10$) ลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ($\bar{x} = 3.86$) มีการตัดสินใจดำเนินงานที่ถูกต้องและบรรลุเป้าหมาย ($\bar{x} = 3.85$) พนักงานมีความภาคภูมิใจต่อองค์กร ($\bar{x} = 3.78$) และกระบวนการทำงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ($\bar{x} = 3.66$) ตามลำดับ

4.3 ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิภาพในการทำงาน

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน	ระดับความสำเร็จ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ลดขั้นตอนการทำงานในการบริการลูกค้า	3.77	.802	มาก	5
2. ต้นทุนในการดำเนินงานลดลง	3.55	.846	มาก	6
3. มีการดำเนินงานด้วยความรวดเร็วโดยปราศจากข้อผิดพลาด	3.78	.683	มาก	4
4. มีการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างคุ้มค่า	3.94	.788	มาก	3
5. ปัญหาในการดำเนินงานได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	3.99	.801	มาก	2
6. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น	4.18	.647	มาก	1
รวม	3.87	.559	มาก	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านประสิทธิภาพในการทำงานทุกข้อในระดับมาก ดังนี้ ในข้อลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ($\bar{x} = 4.18$) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัญหาในการดำเนินงานได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 3.99$) มีการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างคุ้มค่า ($\bar{x} = 3.94$) มีการดำเนินงานด้วยความรวดเร็วโดยปราศจากข้อผิดพลาด ($\bar{x} = 3.78$) ลดขั้นตอนการทำงานในการบริการลูกค้า ($\bar{x} = 3.77$) และต้นทุนในการดำเนินงานลดลง ($\bar{x} = 3.55$) ตามลำดับ

5. ข้อเสนอแนะปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจนำเที่ยว

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. การให้บริการด้วยความเต็มใจ ซื่อสัตย์ และจริงใจต่อลูกค้า	13	30.95
2. การเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	5	11.91
3. คุณภาพการให้บริการของพนักงาน การจัดการตารางการท่องเที่ยวที่พึก และสิ่งอำนวยความสะดวก	4	9.53
4. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และสามารถวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	4	9.53
5. ธุรกิจนำเที่ยวควรร่วมมือและช่วยเหลือกันในการดำเนินงานโดยมีสมาคมเป็นองค์กรกลางในการประสานงาน	2	4.76
6. การนำเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์มาใช้ในการขายและการตลาด	2	4.76
7. พนักงานที่มีความสามารถและมีความซื่อสัตย์	2	4.76
8. การสื่อสารภาษาอังกฤษของหัวหน้าทัวร์และมัคคุเทศก์	2	4.76
9. การสนับสนุนจากภาครัฐด้านนโยบายที่ชัดเจนและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น	2	4.76
10. กลยุทธ์ในการดำเนินงานโดยไม่ใช้การแข่งขันด้านราคา	2	4.76
11. ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว	2	4.76
12. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่แตกต่างและเฉพาะกลุ่ม	1	2.38
13. ความน่าเชื่อถือในตัวของบริษัท การตลาด และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	1	2.38
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยที่ผู้บริหารพิจารณาว่าเป็นสิ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหาร ธุรกิจนำเที่ยว 3 อันดับแรก คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ ซื่อสัตย์ และจริงใจต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมาคือ การเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 11.91 คุณภาพการให้บริการของพนักงาน การจัดการตารางการท่องเที่ยวที่พึก และสิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 9.53 และผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และสามารถวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 9.53 ตามลำดับ

6. การทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของ
ธุรกิจนำเที่ยวจำแนกตามลักษณะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 1 ธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะของการประกอบธุรกิจแตกต่างกันมี
ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน) ที่แตกต่างกัน

แบ่งออกเป็น 4 สมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ธุรกิจนำเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมี
ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน) ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-test	Sig.
1. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.366	2	.183	.636	.530
	ภายในกลุ่ม	100.397	349	.288		
	รวม	100.762	351			
2. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.388	2	.194	.620	.538
	ภายในกลุ่ม	109.212	349	.313		
	รวม	109.600	351			

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน) ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-test	Sig.
1. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.986	3	.329	1.147	.330
	ภายในกลุ่ม	99.776	348	.287		
	รวม	100.762	351			
2. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.713	3	.571	1.842	.139
	ภายในกลุ่ม	107.886	348	.310		
	รวม	109.600	351			

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ธุรกิจนำเที่ยวที่มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน) ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-test	Sig.
1. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.272	2	.136	.473	.624
	ภายในกลุ่ม	100.490	349	.288		
	รวม	100.762	351			
2. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.182	2	.091	.290	.748
	ภายในกลุ่ม	109.418	349	.314		
	รวม	109.600	351			

จากตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจำแนกตามทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ธุรกิจนำเที่ยวที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน) ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-test	Sig.
1. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.027	3	.009	.031	.993
	ภายในกลุ่ม	100.736	348	.289		
	รวม	100.762	351			
2. ประสิทธิภาพในการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.399	3	.133	.424	.736
	ภายในกลุ่ม	109.201	348	.314		
	รวม	109.600	351			

จากตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 ทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ (ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน)

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยด้านทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิผลในการทำงาน

ปัจจัยทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหาร	ประสิทธิผลในการทำงาน		
	Beta (β)	t	Sig.
1. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์	.237	4.567**	.000
2. ทักษะด้านความคิด	-	-	-
3. ทักษะด้านเทคนิค	-	-	-
4. ขีดความสามารถด้านการจัดการ	-	-	-
5. ขีดความสามารถด้านการตลาด	-	-	-
6. ขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการ	-	-	-
F	20.855**		
Sig.	.000		
R ²	5.6%		
Adj. R ²	5.4%		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยทักษะของผู้บริหารด้านมนุษยสัมพันธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิผลในการทำงาน ($\beta = .237$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยทักษะของผู้บริหารด้านมนุษยสัมพันธ์สามารถอธิบายความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิผลในการทำงาน ได้ร้อยละ 5.4 (Adjusted R²)

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหารในการบริหารธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัยด้านทักษะและขีดความสามารถของผู้บริหาร	ประสิทธิภาพในการทำงาน		
	Beta (β)	t	Sig.
1. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์	-	-	-
2. ทักษะด้านความคิด	-	-	-
3. ทักษะด้านเทคนิค	-	-	-
7. ขีดความสามารถด้านการจัดการ	-	-	-
8. ขีดความสามารถด้านการตลาด	.267	5.175**	.000
9. ขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการ	-	-	-
F	26.778**		
Sig.	.000		
R ²	7.1%		
Adj. R ²	6.8%		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยขีดความสามารถของผู้บริหารด้านการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ($\beta = .267$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยขีดความสามารถของผู้บริหารด้านการตลาดสามารถอธิบายความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ได้ร้อยละ 6.8 (Adjusted R²)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว: กรณีศึกษาธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ฯ คณะผู้วิจัยจึงนำประเด็นที่น่าสนใจมาดำเนินการต่อในการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การวางแผนบริหารจัดการธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ คุณชนวัต ทองเพิ่ม ผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเที่ยวหนุ่มสาวทัวร์ สรุปได้ว่า “ผู้บริหารของบริษัทได้วิเคราะห์ถึงอนาคตฐานลูกค้าที่มีการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการบริษัทอีก มีการขยายการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้บริษัทยังมีการประชาสัมพันธ์โดยร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลที่ตามมาคือทำให้บริษัทได้รับการยอมรับในเรื่องของการบริการที่มีมาตรฐาน”

จากการสัมภาษณ์ คุณชาติชาย โพธิ์ปิดชา ผู้จัดการบริษัท ธรรมจารี & ซี.ซี. ทัวร์ สรุปได้ว่า “การบริหารบุคคลภายในบริษัทมีการดูแลสวัสดิการให้กับพนักงานทุกคนมีการหมุนเวียนการทำงานภายในองค์กร นอกจากนี้ยังมีกระบวนการในการติดตามถึงการตอบรับของลูกค้า”

จากการสัมภาษณ์ คุณพิสิษฐ์ ศิริรัตน์ ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยวบริษัท บ้านมัคคุเทศก์ จำกัด สรุปได้ว่า “การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน โดยเริ่มต้นจากนโยบายขององค์กร และการอบรมพนักงานให้สามารถทำงานได้ตามเป้าหมายขององค์กร”

จากการสัมภาษณ์ คุณวรินทร์พร นิลदानวงศ์ ผู้ประกอบการเพื่อนท่องเที่ยว สรุปได้ว่า “บริษัททำการแบ่งตลาดลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวและลูกค้ากลุ่มบริษัทเหมา กลุ่มลูกค้าที่ซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวจะมองราคาถูก ส่วนกลุ่มบริษัทเหมาจะให้ความสำคัญมีการบริการตามความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งการดำเนินการของบริษัทจะให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบ เนื่องจากโปรแกรมการท่องเที่ยวของแต่ละบริษัทไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าโดยทำประกันภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกับบริษัท”

จากการสัมภาษณ์ คุณฉัตริน เพียรธรรม ผู้ประกอบการ บจก. เอ็น ซี ทัวร์ แอนด์ เอ็นเตอร์ไพรส์ สรุปได้ว่า “การดำเนินงานของบริษัทเปิดมา 30 ปี ดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่จะเน้นเส้นทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา การบริหารงานภายในบริษัทมีการแบ่งแผนกเป็น 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายขาย ทำหน้าที่ในการหาลูกค้าและฝ่ายผลิตรายการทัวร์ ติดต่อต่างประเทศและติดตามการทำงาน และฝ่ายบัญชี การหามัคคุเทศก์ จะมีการอบรมให้กับมัคคุเทศก์ มีการให้ทำงานในบริษัทก่อนเป็นระยะเวลา 1 ปี หลังจากผ่าน 1 ปีจะมีการให้ทดลองงานเดินทางไปต่างประเทศที่อยู่รอบประเทศไทย และให้เดินทางไปอินเดีย บริษัทจะมีการคัดเลือกคนที่โดดเด่นในการทำงาน มีการอบรมให้พนักงานมีการบริการและให้เข้าใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ”

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า

การวางแผนบริหารจัดการธุรกิจ คือ

ธุรกิจการนำเที่ยวมีการวางแผนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังนำหลักของการบริหารบุคคลเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจและมีการจัดสวัสดิการให้กับพนักงาน และจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงานที่เข้ามาทำงานบริษัทจะมีการอบรมให้กับพนักงาน อีกทั้งการดำเนินงานมีการประสานงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องไว้บริการนักท่องเที่ยว

ข้อสังเกตจากการสัมภาษณ์

บริษัทนำเที่ยวจะมีการวางแผนในการดำเนินธุรกิจ โดยยึดหลักการแบ่งงานกันทำโดยผู้บริหารจะทำหน้าที่ในการกำหนดหน้าที่การทำงานของพนักงานแต่ละคนมีการกระจายอำนาจการบริหารให้กับพนักงาน มีการจัดอบรมพนักงานเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการและมีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม

2. การบริหารการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ คุณธนวัต ทองเพิ่ม ผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเที่ยวหนุ่มสาวทัวร์ สรุปได้ว่า “บริษัททัวร์จะรักษาฐานที่เป็นลูกค้าภายในประเทศ เนื่องจากธุรกิจประเภทเดียวกันหันไปทำทัวร์ต่างประเทศที่ได้กำไรมากกว่าจากค่าเงินตราต่างประเทศ การทำการตลาดของหนุ่มสาวทัวร์ นอกจากทำทัวร์ได้มีการคิดการดำเนินธุรกิจเพิ่มเติม เช่น โรงแรม ที่พัก ไร่รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่จะมาใช้บริการ และมีการหาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ไว้บริการให้กับลูกค้า”

จากการสัมภาษณ์ คุณชาติชาย โพธิ์ปิดชา ผู้จัดการบริษัท ธรรมจารี & ซี.ซี. ทัวร์ สรุปได้ว่า “ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊กของบริษัทมีการจ้างหน่วยงานภายนอกเข้ามาดูแลเว็บไซต์และทางเฟสบุ๊ก สิ่งที่ทำให้บริษัทมีความแตกต่างจากการทำทัวร์ของบริษัทอื่นๆ คือ การท่องเที่ยวไหว้พระ ลูกค้าที่เคยมาใช้บริการแล้วและมาใช้บริการอีก มีการนำเสนอข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์และการประชาสัมพันธ์โดยส่งแผ่นพับให้กับลูกค้าทุก ๆ 3 เดือน นอกจากนี้ยังให้พนักงานใช้ social network ให้เป็นประโยชน์ มีการส่งข้อมูลผ่านทาง line เพื่อแนะนำสินค้าเบื้องต้นแต่ถ้าลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจะส่งผ่านทาง email และส่งเอกสารให้กับลูกค้า”

จากการสัมภาษณ์ คุณพิสิษฐ์ ศิริรัตน์ ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยวบริษัท บ้านมัคคุเทศก์ จำกัดสรุปได้ว่า “มีการนำเสนอไอเดียใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายนำ facebook เข้ามาใช้เป็นช่องทางการนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้าและหาลูกค้าที่จะมาใช้บริการ การทำการตลาดผ่านช่องทาง facebook และ social network ได้รับผลการตอบรับ 70% เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการลงทุนกับนิตยสารรายปักษ์ที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนค่อนข้างสูง

ลูกค้าที่มาใช้บริการจะมาจากการบอกต่อของการใช้บริการ เป็นบริษัททัวร์ที่นำเสนอ กิจกรรมอื่นๆ ให้กับลูกค้า โดยบริษัทจะนำเสนอโอเคเดียวว่า ลูกค้าที่มาเที่ยวกับบริษัท ลูกค้าได้รับอะไร ไป มีช่อง youtube ของบริษัท มีการถ่ายทำรายการให้ลูกค้า และมีแฟนคลับที่ติดตามและมีการโฆษณาให้กับลูกค้า”

จากการสัมภาษณ์ คุณวรินทร์พร นิลदानวงศ์ ผู้ประกอบการเพื่อนท่องเที่ยว สรุปได้ว่า “ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าจะผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) การดำเนินการตลาดของบริษัทจะเริ่มต้นจากตลาดออนไลน์ (Marketing Online) และมีการออกบูธการท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าเก่าที่มาใช้บริการจะมีส่วนลดให้กับลูกค้า นอกจากนี้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีค่าใช้จ่าย ที่เป็นการประชาสัมพันธ์ คือ การเข้าร่วมการประชาสัมพันธ์ร่วมกับสมาคมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นงานที่ช่วยเหลือสังคม ผลที่ได้ตามมาส่งผลที่ดีต่อการทำธุรกิจ”

จากการสัมภาษณ์ คุณฉัตริน เพียรธรรม ผู้ประกอบการ บจก. เอ็น ซี ทัวร์ แอนด์ เอ็นเตอร์ไพรส์ สรุปได้ว่า “บริษัทให้บริการนำเที่ยวในการเดินทางไปอินเดีย เนปาล และพม่า เนื่องจากเป็นตลาดที่ใหม่ยังไม่มีธุรกิจท่องเที่ยวคิดเส้นทางและนักท่องเที่ยวยังไม่ให้ความสนใจมากนัก เนื่องจากการเดินทางไปลำบาก ผู้ที่สนใจเดินทางในช่วงแรกจะเป็นพระที่สนใจไปศึกษาพระพุทธศาสนาและผู้ปฏิบัติธรรม

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือและนิตยสาร และมีเว็บไซต์ของบริษัท แต่ช่องทางที่มีลูกค้าเข้ามามากที่สุด คือ การบอกต่อของผู้ที่เคยมาใช้บริการ สำหรับบริษัทจะมีการพาพระไปอินเดียเพื่อศึกษาพระพุทธศาสนาหลังจากที่พระเดินทางกลับมาจะมีการบอกต่อทำให้มีผู้ใช้บริการอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้บริษัทยังไปออกบูธรวมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้มีการทำตลาดทางตรงพบกับลูกค้า โดยเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นพระและผู้ปฏิบัติธรรม ข้าราชการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น”

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า

การบริหารการตลาดมาใช้ประยุกต์กับการดำเนินธุรกิจ คือ

บริษัทนำเที่ยวจะมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อทางด้าน Social network เช่น เว็บไซต์ facebook เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น อีกทั้งการดำเนินงานของบริษัทมีการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในรูปแบบต่างๆ ที่แตกต่างกันและกลับมาใช้บริการอีก มีการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของลูกค้า/หมู่คณะ

ข้อสังเกตจากการสัมภาษณ์

บริษัทนำเที่ยวมีการทำการตลาดแบบตลาดเฉพาะ (Niche Marketing) เพื่อเป็นการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งบริษัทมีการใช้ช่องทางสื่อสารทางเทคโนโลยี (Technology) ทางเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเป็นการนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้าและช่องทางที่ทำให้บริษัทมีลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การบอกต่อของลูกค้าให้มาใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ

3. เปรียบเทียบผลการดำเนินการธุรกิจในปัจจุบันกับปีที่ผ่านมา

จากการสัมภาษณ์ คุณธนวัต ทองเพิ่ม ผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเที่ยวหนุ่มสาวทัวร์ สรุปได้ว่า “เมื่อ 30 ปีที่ผ่านมาของ บริษัท ธุรกิจหนุ่มสาวทัวร์ มีฐานลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 70% และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 20% และนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ 10% แนวคิดการบริหารธุรกิจของบริษัทต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบอยู่ตลอดเวลาและต้องเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว”

จากการสัมภาษณ์ คุณชาติชาย โพธิ์ปัดชา ผู้จัดการบริษัท ธรรมจารี & ซี.ซี. ทัวร์ สรุปได้ว่า “การบริหารธุรกิจนำเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามความเจริญของเทคโนโลยี ในสมัยก่อนจะเป็นการทัวร์ในลักษณะ ฉิ่ง ฉาบ ทัวร์ ปัจจุบันมีพนักงานเข้ามาทำงานเพิ่มมากขึ้น สมัยก่อนอยากเที่ยวที่ไหนคิดโปรแกรมการท่องเที่ยวแล้วนำเสนอให้กับลูกค้า มีการนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านทางไปรษณีย์ และอีกช่องทางผ่านทางรายการวิทยุทำให้ได้นักท่องเที่ยวที่จากฟังรายการวิทยุ ในปัจจุบันการแข่งขันการทำทัวร์ค่อนข้างสูง ถ้าไรที่ได้รับลดน้อยลงกว่าในอดีต ดังนั้นบริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำหลักการบริหารเข้ามาใช้ในการทำงานให้มีรายจ่ายที่ลดน้อยลงและทำให้พนักงานทุกคนในองค์กรอยู่รอดได้”

จากการสัมภาษณ์ คุณพิสิษฐ์ ศิริรัตน์ ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยวบริษัท บ้านมัคคุเทศก์ จำกัดสรุปได้ว่า “การดำเนินธุรกิจของบริษัทนำเที่ยว ในยุคที่ผ่านมาเมื่อ 20 ปีที่แล้ว วิธีการทางการตลาดมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทุกปีเนื่องจากประเทศไทยอยู่ในกลุ่มของประเทศการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หรือ ช่องทางการสื่อสาร (social network) การบริหารในปัจจุบันยากกว่าในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากต้องทำงานกับคนรุ่นใหม่เข้ามาทำงานภายในบริษัทที่จัดว่าเป็นกลุ่มลูกค้าแนวคิดที่ผ่านมาจะเริ่มล้ำสมัยต้องมีการปรับเปลี่ยนและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย”

จากการสัมภาษณ์ คุณวรินทร์พร นิลदानวงศ์ ผู้ประกอบการเพื่อนท่องเที่ยว สรุปได้ว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปด้วยตนเองได้ เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกทำให้ธุรกิจนำเที่ยวต้องคิดเส้นทางใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวยังไม่เคยเดินทางเพื่อเป็นการจูงใจให้กับลูกค้า และคิดเส้นทางการเดินทางที่สะดวกที่ทำให้ลูกค้าที่เดินทางไปท่องเที่ยวโดยไม่เสียเวลากับการเดินทาง นอกจากนี้มีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกับทัวร์ ทำให้รู้สึกถึงความคุ้มค่าในการเดินทางมากับทัวร์

สำหรับลูกค้ากลุ่มบริษัทต้องให้ลูกค้าได้รับความสุขและความรู้ ทางบริษัทจะมีการจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้กับลูกค้า โดยตั้งแต่เริ่มการเดินทางมีการจัดกิจกรรมบนรถในระหว่างการเดินทางจะมีการสอดแทรกความรู้ นอกจากนี้ยังทำประกันภัยให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัยในการเดินทางและสนุกกับการท่องเที่ยว”

จากการสัมภาษณ์ คุณฉัตริน เพียรธรรม ผู้ประกอบการ บจก. เอ็น ซี ทัวร์ แอนด์ เอ็นเตอร์ไพรส์ สรุปได้ว่า “การแข่งขันในปัจจุบันในการหาลูกค้ามีการแข่งขันสูงมากขึ้น เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวที่เป็นคู่แข่งหันมาให้ความสนใจที่จะให้บริการนักท่องเที่ยว บริษัทจึงมีการวางแผนในการรองรับลูกค้าที่จะมาใช้บริการเนื่องจากการเดินทางไปสังเวชนียสถาน ภายใน 1 ปี เดินทางได้เพียง 6 เดือนเนื่องจากในระยะเวลาที่เหลือ การเดินทางจะลำบากเพราะอากาศที่ร้อน”

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า

การดำเนินการธุรกิจของท่านในปัจจุบันมีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา คือ

การบริหารธุรกิจนำเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามความเจริญของเทคโนโลยี การดำเนินงานของบริษัทต้องมีการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า อีกทั้งต้องสนับสนุนพนักงานได้พัฒนาความรู้เพื่อรองรับการบริการลูกค้า

ข้อสังเกตจากการสัมภาษณ์

บริษัทนำเที่ยวจะได้รับผลกระทบจากการที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นบริษัทจึงต้องนำกลยุทธ์ในการจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงข้อดีของการมาท่องเที่ยวกับบริษัท โดยมีการบริการสร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

4. ปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ คุณธนวัต ทองเพิ่ม ผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเที่ยวหนุ่มสาวทัวร์ สรุปได้ว่า “ผู้บริหารของบริษัทได้วิเคราะห์ถึงอนาคตฐานลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าให้ยังคงอยู่กับบริษัท”

จากการสัมภาษณ์ คุณชาติชาย โพธิ์ปัดชา ผู้จัดการบริษัท ธรรมจารี & ซี.ซี. ทัวร์ สรุปได้ว่า “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจต้องมีความอดทน ความนิ่ง และต้องกล้าในสิ่งที่ควรกล้า ต้องมีการเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า และปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสรรคการดำเนินธุรกิจ คือ การเปลี่ยนแปลงของการเมือง ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเสียหาย”

จากการสัมภาษณ์ คุณพิสิษฐ์ ศิริรัตน์ ผู้จัดการธุรกิจนำเที่ยวบริษัท บ้านมัคคุเทศก์ จำกัด สรุปได้ว่า “การทำธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น อยากให้ภาครัฐสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจให้มากขึ้น ในปัจจุบันการได้รับการสนับสนุนยังไม่เท่าที่ต้องการ ผลกระทบจากการเปิด AEC คือแหล่งทุนจากต่างประเทศที่เข้ามาเปิดกิจการประเภทเดียวกันส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท แต่ข้อได้เปรียบของบริษัทคือ เป็นเจ้าของพื้นที่ รู้จักวัฒนธรรมของความเป็นไทยได้ดีกว่าบริษัทจากต่างประเทศที่จะเข้ามาแข่งขัน”

จากการสัมภาษณ์ คุณวรินทร์พร นิลदानวงศ์ ผู้ประกอบเพื่อนท่องเที่ยว สรุปได้ว่า “ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ มีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลาเพื่อนำเสนอสิ่งแวดลอมใหม่ๆ ที่เปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (CRM) ทำให้ธุรกิจมีลูกค้าตลอด การประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงคุณธรรม การทำธุรกิจที่ไม่มีคุณภาพจะไม่เกิดความยั่งยืน สำหรับอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

กลไกทางด้านราคา ไม่สามารถควบคุมให้ธุรกิจที่ดำเนินการประเภทเดียวกันให้กำหนดราคาที่ไม่ใกล้เคียงกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจประเภทเดียวกัน

อุบัติเหตุของรถยนต์ไม่สามารถควบคุมได้ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานของรถและผู้ขับขี่ สร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทัวร์”

จากการสัมภาษณ์ คุณฉัตริน เพียรธรรม ผู้ประกอบการ บจก. เอ็น ซี ทัวร์ แอนด์ เอ็นเตอร์ไพรส์ สรุปได้ว่า “ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การทำทัวร์ระหว่างประเทศ ต้องมีความร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นเพื่อเป็นการลดต้นทุนและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการเดินทาง นอกจากนี้ต้องหาเส้นทางใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความแตกต่างและหาลูกค้าใหม่ๆ

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ มีดังต่อไปนี้ เศรษฐกิจไม่ดี คือ ค่าเงินบาทอ่อน ส่งผลให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น นอกจากนี้ การเมืองของต่างประเทศยังส่งผลกระทบต่อเส้นทางของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเส้นทางประเทศ อินเดีย หรือ ศรีลังกา ที่บริษัทนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้เทคโนโลยีที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวก จะส่งผลกระทบต่อบริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปเองได้ และในอนาคตจะส่งผลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตนเองและไม่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว”

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

การบริหารธุรกิจจำเป็นต้องมีการคิดเส้นทางใหม่เพื่อเสนอให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจก็จะกลับมาใช้บริการอีกซึ่งจะส่งผลต่อให้บริษัทมีรายได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐจะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับบริษัทจากต่างประเทศได้

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

ปัญหาที่สำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรง คือ ปัญหาทางด้านการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านของเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 5 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

จากการดำเนินการวิจัยการแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำให้ได้ข้อเสนอเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ ดังประเด็นดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจด้านการดำเนินงาน

1. ผู้ประกอบการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) คิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ จากการเปลี่ยนแปลงทางด้านของเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวสนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการนำเที่ยวต้องมีการคิดเส้นทางใหม่ๆ ซึ่งเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวยังไม่เคยเดินทางไป เพื่อเป็นการจูงใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาใช้บริการ
2. การดำเนินธุรกิจต้องมีความซื่อสัตย์ (Trust) การดำเนินธุรกิจสิ่งที่สำคัญ คือ ต้องนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้องและโปร่งใสให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นกับการทำงานของบริษัท
3. นำเสนอสิ่งที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ (Service High Quality) บริษัทต้องมีการเตรียมการบริการให้กับลูกค้าในด้านต่างๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ (Satisfaction) ก็จะทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อบริษัท (Royalty)
4. มีการดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่าย (Network) กับผู้ประกอบการประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก บริษัทรถทัวร์ หรือสายการบิน ธุรกิจประกันภัย ร้านอาหาร และชุมชนที่พำนักรักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องมีการประสานงานและให้ความสำคัญกับธุรกิจดังกล่าวในลักษณะที่เป็นพันธมิตรทางการค้า
5. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับมัคคุเทศก์โดยการอบรม (Training) ให้มีความชำนาญในเรื่องของพื้นที่ที่จะพำนักรักท่องเที่ยวไปและให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ
6. ต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (Feedback) เพื่อนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

แนวทางการพัฒนาการบริหารธุรกิจด้านการตลาด

1. บริษัทนำเที่ยวต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ในเส้นทางการท่องเที่ยวของบริษัท เนื่องจากเส้นทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ประกอบการนำเที่ยวรายอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งจะเป็นจุดดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ
2. บริษัทนำเที่ยวสามารถกำหนดราคาต่ำกว่าหรือสูงกว่า (Lower or Higher) ระดับราคาตลาดผู้ประกอบการนำเที่ยวรายอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งได้ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของการบริการที่มีคุณภาพควบคู่ไปด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือการบริการของบริษัทนำเที่ยว สามารถทำได้โดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะผ่านทางเครือข่ายทางด้านอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจากทางเว็บไซต์ (Website) หรือทางเฟสบุ๊ก (Facebook) ช่องทางที่ได้ผลมาก คือ การที่ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการบอกต่อและแนะนำคนรู้จักให้รู้ถึงคุณภาพของการบริการของบริษัท

4. บริษัทสามารถทำการส่งเสริมการตลาดให้กับนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการโดยการใช้ส่วนลดสำหรับการเดินทางในครั้งต่อไป หรือให้ส่วนลดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ได้รับการแนะนำอีกทั้งนำเสนอส่วนลดพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยว