

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย

Causal Relationship of Factors Influencing Performance Logistics of the Tourism Business in Thailand

หวู จุน¹, ปรียาภรณ์ เตียรพอร์เลตรัฐ², สุชาติ ปรัชทายานนท์³ และศิริชยาน์ การะเวก⁴

Wu Jun¹, Preyaporn Teerapornlertratt², Suchart Prakhayanon³ and Sirachaya Karawek⁴

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹Doctor of Business Administration, Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

²⁻⁴คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

²⁻⁴Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

Received: March 26, 2024; Revised: June 29, 2024; Accepted: June 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการดำเนินงาน ด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย 3) เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 5,112 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 15 ท่าน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจนำเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ได้แก่ ความร่วมมือในโซ่อุปทาน ความไว้วางใจในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ในประเทศไทย 2) ความร่วมมือในโซ่อุปทาน ความไว้วางใจในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ในประเทศไทย มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 25.86$, $df = 20$, $p = .17$, $GFI = .99$, $AGFI = .97$, $RMR = .0098$) และ 3) ความเป็นไปได้ของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ของธุรกิจนำเที่ยว มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เพื่อการจัดการบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: โลจิสติกส์; ธุรกิจนำเที่ยว; ปัจจัยเชิงสาเหตุ; ความร่วมมือในโซ่อุปทาน

Abstract

The objective of this research 1) to study the causal factors of supply chain cooperation on the logistics performance of tourism businesses in Thailand; 2) to analyze the causal relationship of the operations logistics of tourism businesses in Thailand 3) to develop a causal relationship model of logistics performance of tourism businesses in Thailand.

This research was a mixed method research using stratified random sampling. From 5,112 tourism entrepreneurs. The total sample population was 400 people and qualitative research. Using a random sampling method, 15 people were entrepreneurs and travel business experts. The tool used for data collection was a questionnaire using a structural equation model (SEM) analysis technique.

Major Findings: 1) Factors influencing logistics performance of the tourism business in Thailand, including cooperation in the supply chain Trust in the organization and commitment to the organization have a direct influence on the performance of logistics in Thailand. 2) Supply Chain Cooperation organizational trust and commitment to the organization direct influence on logistics performance in Thailand direct influence on logistics performance of tourism businesses in Thailand. The consistency index of the structural equation model is consistent with the empirical data ($\chi^2 = 25.86$, $df = 20$, $p = .17$, $GFI = .99$, $AGFI = .97$, $RMR = .0098$) and 3) the validity. Possible causal relationship of factors influencing performance logistics of the tourism business are connected to each other for efficient management of tourist services.

Keywords: Logistics; Tourism Business; Causal Factors; Supply Chain Cooperation

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกมีการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวตามการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) เมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (World Tourism Organization, 2015) อีกทั้ง ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.

2555-2559 ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีสาระสำคัญดังนี้ 1) พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจโดยใช้เวลาสั้นก่อนการเดินทางเพื่อตัดสินใจในการจองหรือซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความคุ้มค่า 2) นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางระยะใกล้ ช่วยลดอุปสรรคและข้อจำกัดในการท่องเที่ยว 3) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจ การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และ นิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports

Tourism) เป็นต้น 4) กระแสความสนใจ และใส่ใจในสุขภาพ และการออกกำลังกาย 5) กระแสความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณี ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก และยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก และนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จำนวนประมาณ 90 ล้านคน/ครั้ง เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) กรุงเทพมหานคร 2) เชียงใหม่ 3)ภูเก็ต 4)ระยอง 5)พัทธยา 6)สุราษฎร์ธานี 7)กาญจนบุรี 8)ชลบุรี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศต่างให้ความสำคัญ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวจากคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเอเชีย โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางการส่งออกสินค้าทางทะเลของประเทศ และของภาคใต้ โดยเฉพาะการส่งออกไปยังเอเชียใต้ พัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ฝั่งอันดามันกับ ฝั่งอ่าวไทย และพัฒนาอุตสาหกรรมฐานชีวภาพและการแปรรูปการเกษตรจากทรัพยากรในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และการพัฒนาเมืองน่าอยู่ (รัฐสภา, 2562)

อีกทั้งระบบโลจิสติกส์และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว จะทวีความสำคัญมากขึ้น โดยประเทศไทยมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานระดับหนึ่ง แต่ยังมีขีดความสามารถด้านขนส่งต่ำกว่าสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินเดีย ปัญหาของระบบโลจิสติกส์มีปัญหาที่สำคัญของประเทศ คือ ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยไม่สามารถแข่งขันกับประชาคมอาเซียนและทั่วโลก (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ดังนั้น ประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยที่สำคัญ คือ การ

ส่งเสริมกระบวนการความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชนด้วยกันมุ่งเน้นการพัฒนากลไกบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวมีเอกภาพมีการบูรณาการร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจที่สำคัญลดต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การประยุกต์โลจิสติกส์ การท่องเที่ยว (Tourists Logistics) มาบูรณาการและขับเคลื่อนธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยประเทศเยอรมันนี้ได้ประยุกต์ โลจิสติกส์ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยวและการลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว 2) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวที่ละเอียดชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อปฏิบัติในด้านสถานที่ และค่าเตือนให้ระวังภัย และ 3) การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวก เรื่อง การจ่ายชำระค่าสินค้า หรือบริการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่างๆ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานภายในองค์กรต่อการบริการนักท่องเที่ยว (คมสัน สุริยะ, 2561)อีกทั้ง ได้ศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเทศมีความสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมนี้สามารถที่จะร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อที่จะนำไปสู่ การพัฒนาของอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน และในการเชื่อมโยงการทำงาน ของธุรกิจต่าง ๆ เข้าด้วยกันนั้น เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการรวมถึงการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) นั้น คือ ความร่วมมือระหว่างกัน

ซึ่งหมายความว่าไปถึงความร่วมมือทั้งภายในองค์กร ความร่วมมือ ภายในองค์กรนั้น ได้แก่ การเชื่อมโยงของการไหลของวัสดุข้อมูล และข้อมูลทางการเงินระหว่างฝ่าย ส่วนความร่วมมือภายนอกองค์กร ได้แก่ การรวมกันของพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบในการผลิต ลูกค้า และส่วนของโลจิสติกส์ เป็นต้น ซึ่งถ้ามีความร่วมมือกันทั้งภายในองค์กร และนอกองค์กรแล้ว จะทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์มากกว่าการดำเนินการเพียงลำพัง ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของบริษัทจะเป็นไปอย่างราบรื่น ความล่าช้าและ ความไม่แน่นอนลดน้อยลง การไหลของผลิตภัณฑ์ในโซ่อุปทานได้รวดเร็วมากขึ้น ดังนั้น การที่จะบริหารโซ่อุปทาน และกิจกรรมโลจิสติกส์ของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น

ความร่วมมือในโซ่อุปทานเป็นตัวแปรแฝงภายนอกที่มีอิทธิพลทางบวกกับตัวแปรส่งผ่านของผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้า จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ความไว้วางใจในองค์กร (Trust) และความผูกพันต่อองค์กร (Commitment) สามารถทำให้ผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจขององค์กรที่มีประสิทธิภาพและมีความสามารถในการแข่งขัน (Matopoulos, M., et al., 2007) ประกอบกับการทบทวนวรรณกรรมของนักวิจัยต่างๆ ส่วนใหญ่ได้ศึกษาผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจให้มีความสำคัญจากความสามารถในการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า และปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถของการแข่งขัน ได้แก่ 1) ความสามารถของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร 2) กลยุทธ์ และกระบวนการในการปรับปรุงความสามารถของผู้ผลิตเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ประกอบด้วย ความร่วมมือของทรัพยากรมนุษย์ตลอดกระบวนการ การมีส่วนร่วม แรงจูงใจ ความผูกพัน มีพันธะต่อองค์กร รวมถึงพฤติกรรมที่ เกี่ยวข้องส่งผลที่ดีต่อผลการ

ดำเนินงานของธุรกิจที่ดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนใหญ่มีการนำแนวคิดของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ซึ่ง Casson, M. (2005) ได้ ยังได้ระบุถึงความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการกับทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) เกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจ โดยถือว่าผลเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการองค์การต่อการดำเนินการของธุรกิจเป็นความสามารถของผู้ประกอบการในการ เลือกบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมมาทำงานในการทำงานร่วมกันตลอดกระบวนการของการบริการให้กับผู้รับบริการเป็นอย่างดีในอุตสาหกรรมของธุรกิจนำเข้าเป็นการรองรับการบริการให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งทำศึกษาจากมุมมองแนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (TSCM) สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มที่สำคัญในการดำเนินงานในธุรกิจนำเข้า โดยนักวิชาการ นักวิจัย รวมถึงผู้ประกอบการและชุมชนต่างให้ความสำคัญในการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เพราะต่างได้รับประโยชน์ในการดำเนินกิจการร่วมกัน รวมถึงสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ดีขึ้น อีกทั้ง การสร้างความร่วมมือและการประสานงานตลอดโซ่อุปทานของการรองรับนักท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันบนพื้นฐานของความแตกต่างในธุรกิจต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นอกจากนี้สามารถเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า และโซ่อุปทานท่องเที่ยวนี้เองยังสามารถกำหนดกลยุทธ์ระดับการปฏิบัติงานของธุรกิจนำเข้าในการจัดการบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Zhang, X., et al., 2009)

โดยภาพรวมในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย และวิเคราะห์ด้วยสถิติความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุโดยมีการศึกษาอิทธิพลส่งผ่าน (Mediating)

เพื่อศักยภาพของความร่วมมือในโซ่อุปทาน ซึ่งมีคำถามของการวิจัย คือ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย นั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร อีกทั้งมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากน้อยเพียงใด และมีขนาดอิทธิพลเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการดำเนินงาน ด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

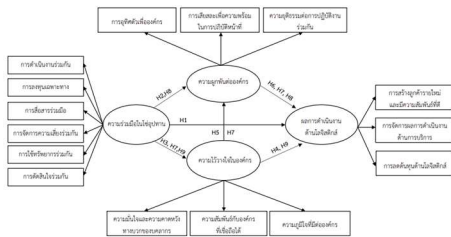
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่างๆ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องเลือกหนึ่งในระหว่างสองที่มีมากกว่า 2 ทางขึ้นไป ซึ่งมีขั้นตอนที่แตกต่างกับพฤติกรรมของผู้ซื้อ เพราะกระบวนการตัดสินใจมีการพิจารณาจาก 5 ขั้นตอน ต่อไปนี้ การรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ในขณะที่พฤติกรรมของผู้ซื้อจะมีการพิจารณาจากด้านจิตใจ และพฤติกรรมทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ในขณะที่ ขวลิต ประภาวนนท์ (2539) ได้กล่าวขวัญกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้ว่า หมายถึง การลงมติที่มีมากกว่าหนึ่งทางเลือก

ด้วยกัน ราวกับการซื้อขาดซื้อ หรือการซื้อขาดที่จะไม่ซื้อสินค้า ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นวิธีการที่ชี้ให้เห็นการตลาด เห็นถึงความคะเนของกลยุทธ์การตลาดที่ดีควรมีรูปแบบอย่างไร เช่น ความมองการณ์ไกล และมีประสิทธิภาพจนสามารถมองออกได้ว่าสิ่งใดคือสิ่งที่ผิดพลาดสำหรับการทำกลยุทธ์การตลาดในครั้งนี้ ดังนั้นไม่ว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าทั้งสองทางเลือกก็ถือเป็น 1 ในกระบวนการตัดสินใจเช่นกัน

ในการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ความร่วมมือในโซ่อุปทาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ กิริติ วงศ์ทองศรี (2560); Sigala, M. (2012); Xinyue, H. & Yongli, T. (2008); Xinyan Zhang & Haiyansong (2015); Piboonrungrong, P. & Disney, S. M. (2009); McMullan, A. (1996); Angle, H. L., & Perry, J. L. (1998); Whitener, E. M., et al. (1998); Dirks, K. T. (1999); Lamber, D. M., & Cooper, M. C. (2000) ความผูกพันต่อองค์การ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Matopoulos, M., et al., (2007); Gil-Saura, I., Frasset-Deltoro, M. & Cervera-Taulet, A. (2009) ความไว้วางใจ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวัน (2558); Lumpkin, G. TL, & Dess, G. G. (1996); Barratt, M., & Oliveira, A. (2001); Matopoulos, M., et al., (2007) ผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Sirikrai, M. A., & Tang, J. C. S. (2006); Casson (2005)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจในองค์กรของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 ความไว้วางใจในองค์กรธุรกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 ความไว้วางใจในองค์กรธุรกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 6 ความผูกพันต่อองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 7 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ผ่านความไว้วางใจในองค์กรธุรกิจ และความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 8 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ผ่านความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 9 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ผ่านความไว้วางใจในองค์กรธุรกิจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้ข้อค้นพบในเชิงวิชาการเกี่ยวกับมิติสำคัญที่ผู้บริหารในสถานประกอบการธุรกิจนำเข้าให้ความสำคัญในกระบวนการพัฒนาแผนธุรกิจกับพันธมิตร ตลอดจนการให้ความสำคัญขององค์กร การดำเนินงานภายนอกและภายในองค์กร ผ่านการพัฒนาการสื่อสารของสมาชิกในโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมให้ตระหนักในการเรื่องการสื่อสารเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การอธิบายถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ผู้บริหาร ซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนและกำหนดนโยบายของธุรกิจเข้าใจถึงปัจจัยเหตุที่มีความสำคัญต่อความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาปัจจัยเหตุให้มีความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการดำเนินการของธุรกิจนำเข้าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

3. การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้บริหารสามารถพยากรณ์ถึงผลการดำเนินงานที่เกิดจากความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ

ระเบียบวิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยแบบวิธีผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L., 2011)

1. การวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถาม และดำเนินการสัมภาษณ์ไปพร้อมกัน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) โดยจะใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาทำการแปลผลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริหารงานในธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ที่จดทะเบียนอยู่ถูกต้อง จำนวน 5,112 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย โดยการใช้เครื่องมือเทคนิคทางทางสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) จากการออกแบบการโครงสร้างในการวิจัย มีตัวแปรโครงสร้าง (Construct variables) จำนวน 4 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) จำนวน 15 ตัวแปร เนื่องจากนักสถิติได้แนะนำว่าในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (สุวิมล ตีละกานันท์, 2553) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 20 = 300$ เพื่อให้ได้รับความเชื่อถือในการเก็บข้อมูลของงานวิจัย จึงเก็บข้อมูลขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย

ตารางที่ 1 แสดงการสุ่มสถานประกอบการจากจังหวัดในแต่ละภูมิภาค โดยการคำนวณค่าสัดส่วน

จังหวัด (กลุ่มตัวอย่าง)		N = ประชากร	n = กลุ่ม ตัวอย่าง
ภาคใต้	สุราษฎร์ธานี	810	63
กรุงเทพ และปริมณฑล	กรุงเทพมหานคร	3,390	265
ภาคตะวันตก	กาญจนบุรี	60	5
ภาคตะวันออก	ชลบุรี	691	54
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	96	8
ตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	65	5
รวม		5,112	400

ที่มา : โดยเป็นจังหวัด/ภูมิภาคที่มีจำนวนสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุดของแต่ละภูมิภาค (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ ในรูปของตารางแจกแจงความถี่ แสดง จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean)

และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Descriptive) (กริช แรงสูงเนิน, 2560) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS version 23 เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้น ที่ได้จากการเก็บข้อมูล ดังนี้

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้ทดสอบและประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เป็นการวิเคราะห์ เพื่อยืนยันตัวแบบการวิจัย (กริช แรงสูงเนิน, 2560) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะมีการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบโดยรวม (Overall Model Fit) ความเหมาะสมของตัวแบบการวัด (Measurement Model Fit) และความเหมาะสมเหมือนตัวแบบโครงสร้าง (Structural Model Fit) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป AMOS เพื่อใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบ และทดสอบความตรงของตัวแบบว่าสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) (กริช แรงสูงเนิน, 2560) ตามขั้นตอนดังนี้

2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นการวัดตัวแปรแฝง (Latent variables) ผ่านตัวแปรสังเกตได้ (ตัวชี้วัด) (Observed variables) ที่ สามารถวัดได้ ได้แก่ 1) ตัวแบบการวัด (Measurement Model) เป็นการระบุความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ 2) การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เป็นการยืนยันความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสรุปดัชนีที่ใช้พิจารณาตัวแบบ การวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) หรือไม่ (กริช แรงสูงเนิน, 2560)

1. ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืน ของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าสถิติไคสแควร์มีค่าสูงมากและมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรืออีกนัยหนึ่ง คือโมเดลตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลต่อไป จนค่าสถิติไคส

แควร์ที่ทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) มากกว่า 0.05 จึงแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square Statistic Comparing The Tested and The Independent Model With The Saturated Model (χ^2/df) ค่า χ^2/df เป็นค่าไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)หารด้วยค่า degrees of freedom โดยทั่วไปแล้วค่าที่ได้ ที่น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดีและค่าที่เข้าใกล้หรือเท่ากับ 0 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด

3. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) ควรอยู่ระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้นๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่ถ้าหากค่า GFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

4. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนหลังปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) ควรอยู่ระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้นๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่ถ้าหากค่า AGFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

5. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit index) ได้แก่ NFI (Normed Fit Index) NNFI (Non-Normed Fit Index) และ CFI (Comparative Fit Index) จะพิจารณาความ สอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ โดยค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และถ้าหากค่า CFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

6. ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าไคสแควร์ ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง RMSEA ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.05-0.08 หรือ น้อยกว่า

0.08 ซึ่งแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ ค่าที่เข้าใกล้ 0 ถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้ตัวแบบโครงสร้าง (Structural model) ซึ่งเป็นโมเดลที่ระบุความสัมพันธ์เชิงสาเหตุหรือเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง เพื่อใช้ตรวจสอบ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล (Causal relationship) ระหว่างตัวแปร โครงสร้างหรือตัวแปรแฝงของกรอบสมการโครงสร้างการวิจัย (Research Framework) โดยเพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

3.1 การหาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of determination : R^2) ของตัวแปรตาม (Dependent variable) ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variable) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล โครงสร้าง

3.2 การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของเส้นทาง (Path coefficient) และทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 10 ราย และผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 5 คน ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to-Face Interview) จากจำนวนผู้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 15 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ส่งผลให้เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ จึงอยู่ในรูปแบบการตั้งคำถามเป็นหลัก โดยผู้วิจัยเลือกตั้งคำถามให้ลักษณะปลายเปิดหรือกึ่งโครงสร้าง เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่าวิธีการตั้งคำถามรูปแบบนี้ สามารถก่อให้เกิดผลดีต่อผู้วิจัยและต่อผู้ให้สัมภาษณ์เอง กล่าวคือผู้วิจัยได้มีโอกาสซักถามและให้ข้อมูลเพิ่มเติมในบางประเด็น

อย่างเสรี ขณะเดียวกันผู้ให้สัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้อย่างเต็มที่นอกเหนือจากประเด็นที่ได้กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากได้รับกลุ่มประชากรเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ติดต่อประชากรกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอสัมภาษณ์ทั้งนี้ ได้มีการนัดหมาย วัน เวลา และสถานที่ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์

3.2 ทำหนังสือส่งถึงผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อขออนุญาตให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการสัมภาษณ์ ตามประเด็นที่กำหนดไว้

3.3 ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มประชากรเป้าหมายตามวัน เวลา และสถานที่ที่ได้ตกลงร่วมกัน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ที่จำเป็นต่อการวิจัยทั้งนี้ ก่อนการดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อบันทึกเสียงร่วมกัน และได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview) และขั้นตอนการสัมภาษณ์ที่ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Interview) ที่มีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า โดยใช้คำถามเหมือนกันทุกคน เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีความยืดหยุ่น และเปิดกว้าง ดำเนินการสัมภาษณ์ครั้งละ 1 ท่าน ตามสถานที่ที่ได้ตกลงกันไว้ โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนดไว้

3.4 นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุและผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 จัดกลุ่มประเด็นสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการถอดคำพูด โดยแบ่งออกเป็นหน่วยวิเคราะห์ที่มีความหมายสอดคล้องกับกรอบแนวคิด ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวข้องกับตัวแปรได้แก่ ความร่วมมือในโซ่อุปทาน ความผูกพันต่อองค์กร ความไว้วางใจในองค์กร และผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์

4.2 ดำเนินการรวบรวมประเด็นสำคัญของคำตอบต่างๆ ให้เสร็จสิ้นทันที

4.3 หลังจากรวบรวมประเด็นสำคัญทั้งหมดครบถ้วนแล้ว จึงดำเนินการเขียนรายงานผลการวิเคราะห์จัดระบบกรอบแนวคิดที่สำคัญเพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

สรุปผลการวิจัย

สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยผลการวิจัยข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 80.50 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีระยะเวลาในการทำงานกับองค์กรระหว่าง 6-10 ปี และตรวจสอบตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวดังกล่าว พบว่า มีการกระจายตัวน้อยส่งผลทำให้สามารถดำเนินการขั้นตอนต่อไป และการศึกษาครั้งนี้ได้เปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรค่าเฉลี่ยของผลการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ตามข้อมูลเบื้องต้นกลับพบว่า เพศหญิง ระดับอายุระหว่าง 46-55 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาทำงานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 มีความสนใจและเห็นด้วยต่อการวางแผน และกำหนดนโยบายของธุรกิจเข้าใจถึงปัจจัยเหตุที่มีความสำคัญต่อความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์นำเข้าในประเทศไทยมากที่สุดขณะเดียวกัน โดยภาพของผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นในระดับมากเช่นกัน ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาพิจารณาวางแผนพัฒนาปัจจัยเหตุให้มีความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการดำเนินการของธุรกิจนำเข้าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

สรุปวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยเหตุและผลของความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการ

ดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย

1. ปัจจัยที่มีเหตุและผลของความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย ค่าโคสแควร์มีค่าเท่ากับ 122.45 ที่องศาอิสระ .67 ระดับนัยสำคัญ .0560 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .92 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) .92 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .022 แสดงว่าสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจากผลการพัฒนาปัจจัยที่มีเหตุของผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ (LP) ผ่านตัวแปรความไว้วางใจในองค์กร (TU) และความผูกพันต่อองค์กร (CO) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ (LP) สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความร่วมมือในโซ่อุปทานทั้งภายในและภายนอกองค์กรร่วมกันส่งผลทำให้เกิดความไว้วางใจในการองค์กร ทางเดียวกันยังมีมากขึ้นจะส่งผลทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรส่งผลทำให้เกิดผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ (LP) ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทยโดยตรง

2. ปัจจัยที่มีเหตุและผลของความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์ของธุรกิจนำเข้า ในประเทศไทย ค่าโคสแควร์มีค่าเท่ากับ 25.86 ที่องศาอิสระ 20 ระดับนัยสำคัญ .17 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) .97 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .0098 แสดงว่าสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความไว้วางใจในองค์กรมากขึ้นจะส่งผลทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรส่งผลทำให้เกิดผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ (LP) ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทยโดยตรง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเหตุและผลของความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีต่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ประกอบการ และผู้บริหาร หรือผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจนำเที่ยว แนวคิดความร่วมมือในโซ่อุปทาน ความไว้วางใจในองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร และผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ เมื่อนำมาปฏิบัติแล้วจะเกิดผลดีอย่างไร แท้จริงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยดังกล่าว การปรับใช้ในการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยวสามารถดำเนินงานกับธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ผ่านความร่วมมือในโซ่อุปทานของธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือทุกมิติกับผู้ประกอบการ ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผ่านการสร้างเครือข่ายเป็นภาคีร่วมกันของการประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว การประยุกต์การดำเนินการด้านโลจิสติกส์ ไปสู่การปฏิบัติในสถานประกอบการประกอบไปด้วย 1) ระดับความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกของสถานประกอบการ 2) ระดับนโยบายในการประกอบกิจการธุรกิจนำเที่ยว และ 3) ระดับการปฏิบัติงานในการประกอบกิจการธุรกิจนำเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย

เพื่อพัฒนารูปแบบผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) การให้ความสำคัญต่อบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้สามารถปฏิบัติงาน

ร่วมกันกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินความร่วมมือของธุรกิจนำเที่ยวมีความจำเป็นต้องมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนด้วยตนเอง

ดังนั้น การดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีความจำเป็นต้องมีความร่วมมือกันในทุกระดับของการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยวให้มากขึ้น อีกทั้งความร่วมมือในการจัดการนำเที่ยวรองรับการสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นผู้กำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ขณะที่ส่วนใหญ่รับแนวปฏิบัติจากข้อกำหนดของภาครัฐเป็นหลัก และด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานจัดการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการของธุรกิจนำเที่ยวมีการสรุปผลการดำเนินธุรกิจของตนเป็นภายในเป็นหลัก ผลของการดำเนินงานไม่ได้ส่งต่อปัญหาถึงภาครัฐเนื่องจากข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจ แต่ส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูล และยังไม่มีโอกาสร่วมติดตามผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ควรมีความร่วมมือความสัมพันธ์ ความร่วมมือในโซ่อุปทานส่งผลต่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ มีรายละเอียด ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐต้องเปิดเผยข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและให้โอกาสผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเข้าร่วมประชุมหรือวางแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านการให้ข้อมูลปัญหา แนวทางและวิธีการแก้ไขผ่านการสื่อสารร่วมกัน ความต้องการของชุมชนในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่นเป็นการผสมผสานการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพการลงทุนจากแหล่งเงินทุนที่มีการจัดการท่องเที่ยวและการใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อประกอบอาชีพมากที่สุด

2. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว การสร้างความตระหนักในการดูแลสุขภาพทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทั้งด้านการสื่อสารร่วมกันแก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เพราะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเข้าใจถึงหลักการพัฒนาการท่องเที่ยว

ส่งผลถึงความสามารถจัดการบริการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามหลักการ

3. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องเปิดเผยข้อมูลและร่วมสังเกตการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลต่อการตัดสินใจร่วมกัน

4. การได้รับการจัดสรรงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ ควบคู่กับการลงทุนในการดำเนินงานร่วมกับภาคเอกชน

5. การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวภายในชุมชน ภายในแต่ละจังหวัดเพื่อจากที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างภาคีร่วมกันในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว โดยมีการสร้างองค์ความรู้ร่วมกันในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ตลอดจนการวางแผนแก้ปัญหาาร่วมกันในพื้นที่ของแต่ละจังหวัดในประเทศไทย อีกทั้ง การดำเนินงานภายในองค์กรต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสามารถเสนอเป็นประเด็นต่อการพัฒนาความรู้และความเข้าใจร่วมกัน

สรุปการนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ในการพัฒนาธุรกิจนำเที่ยว การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและการรองรับการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องอาศัยระบบเริ่มตั้งแต่การหาที่พักให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังนั้น กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ควรมีการประเมินผลพฤติกรรมการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ภาคธุรกิจก็จะนำไปบริหารจัดการต่อได้ การดำเนินงานดังกล่าวถือได้ว่าความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องมีความร่วมมือช่วยทำให้สร้างโอกาสในการดำเนินกิจการในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งการให้บริการนักท่องเที่ยวควรมีหลายช่องทางในการเสนอการบริการและจำหน่ายสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น

จึงสามารถนำองค์ความรู้ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย มาประยุกต์ใช้ได้ดังภาพ



ภาพที่ 2 แสดงการนำองค์ความรู้ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจนำเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. การนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย รองรับความร่วมมือในโซ่อุปทานของธุรกิจนำเที่ยวผ่านโครงการ แผนงาน หรือกิจกรรมดังกล่าวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นตลอดโซ่อุปทานในมุมมองของผู้นำวิจัยเสนอมิติสำคัญที่ผู้บริหารในสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญในกระบวนการพัฒนาแผนธุรกิจกับพันธมิตร ตลอดจนการให้ความสำคัญขององค์กร การดำเนินงานภายนอกและภายในองค์กรผ่านการพัฒนาการสื่อสารของสมาชิกในโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับกิจการให้ตระหนักในการเรื่องการสื่อสารเป็นไป

ด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุผลวัฒนธรรมองค์กรที่มีความแตกต่างกัน เพื่อความชัดเจนและเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันกับการปฏิบัติ จากความร่วมมือในโซ่อุปทานบนพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของการประกอบการกิจการในปัจจุบัน และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาปัจจัยเหตุให้มีความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการดำเนินการของธุรกิจนำเที่ยว ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

2. จากผลการศึกษา ตัวแปรอิสระในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ตัวแปรความไว้วางใจในองค์กร 2) ตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร มีค่าความสัมพันธ์สูงที่สุดจะเห็นได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีความไว้วางใจในองค์กรจะทำให้มีความผูกพันต่อองค์กรการทำงานในสถานประกอบการนำเที่ยวอย่างไร ก็อาศัยประสบการณ์ทำงาน ความสามารถเฉพาะทาง รวมถึงเครือข่ายในการทำงาน การรักษาบุคลากรในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกอีกทั้ง บุคลากรภายในองค์กรมีความมั่นคงในงานและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนด้วยการดำเนินงานกับตัวแปรความร่วมมือในโซ่อุปทาน ช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจตรงกันข้ามเมื่อมาพิจารณาตัวแปรความไว้วางใจในองค์กร กับตัวแปรผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ มีค่าความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างต่ำ เป็นประเด็นที่สำคัญ

ของอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยวที่เกิดขึ้นจากบุคลากรมีความไว้วางใจในองค์กรเกิดขึ้นจากคาดหวัง ความเชื่อถือที่มีต่อธุรกิจ รวมถึงความภูมิใจต่อองค์กร ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กทำให้ทีมสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ได้รวดเร็ว แต่มีข้อเสียขาดการดำเนินงานอย่างเป็นระบบการตัดสินใจขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการ ไม่มีอิสระในการทำงาน ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการร่วมกันจึงมีอัตราการลาออกอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดอุปสรรคต่อการสร้างลูกค้ารายใหม่ การบริการลูกค้าไม่มีประสิทธิภาพ ขาดความเป็นมืออาชีพ ที่สำคัญการสร้างบุคลากรใหม่ให้มีความสามารถเฉพาะมีต้นทุนการสนับสนุนที่สูงและไม่ทันต่อการแข่งขันในธุรกิจและความท้าทายที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการสร้างตัวแบบ หรือโมเดลการพัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทานของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศไทย ไปสู่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในธุรกิจอื่นๆ
2. เพื่อก่อให้เกิดการเปรียบเทียบและแลกเปลี่ยนข้อมูลความร่วมมือในโซ่อุปทานระหว่างธุรกิจจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติและสังคมส่วนรวม
3. ควรมีการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับสถานประกอบการ ผู้ประกอบการ และองค์กรธุรกิจอื่นๆ ตลอดจน การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) ขององค์กรธุรกิจอื่นๆ เช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564-2568*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรีซ แร่งสูงเนิน. (2560). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOSเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซี.เอ็ด ยูเคชั่น.
- กิริต วงศ์ทองศรี. (2560). ความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทานต่อความสำเร็จขององค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 3(1), 59-63.
- คมสัน สุริยะ. (2561). *กรอบแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว*. Access on Jan 29, 2023 Available From: <http://www.tourismlogistics.com>.

- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์สินานิน. (2558). ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความไว้วางใจในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเทศบาลนครปฐม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 2558, 95-101.
- ชลิต ประภาณนท์. (2539). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิสธิ์พัฒนา.
- รัฐสภา. (2562). *นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: รัฐสภา.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2553). *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสธิ์พัฒนา จำกัด.
- Angle, H. L., & Perry, J. L. (1998). An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-14.
- Barratt, M., & Oliveira, A. (2001). Exploring the experiences of collaborative planning initiatives. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 31(4), 266-289.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58(2), 327-348.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2011). *Design and conducting mixed methods research*. (2nd cd.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dirks, K. T. (1999). The Effect of Interpersonal Trust on Work Group Performance. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 445-455.
- Gil-Saura, I., Frasquet-Deltoro, M. & Cervera-Taulet, A. (2009). The Value of B2 B Relationships. *Industrial Marketing Management and Data*. 109(5), 593-609.
- Lamber, D. M., & Cooper, M. C. (2000). *Issues in Supply Chain Management*. Access on Jun 26, 2015. Available From: <http://scmblog.com/review/issues-in-supply-chain-management>.
- Lumpkin, G. TL, & Dess, G. G. (1996). Clarifying Entrepreneurial Orientation Construct and Linking to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Matopoulos, M., Vlachopoulou, M., Manthou, V., Manos, B, (2007). A Conceptual Framework for Supply Chain Collaboration: Empirical Evidence from the Agri-Food Industry. *Supply Chain Management: An International Journal*, 12(3), 177-186.
- McMullan, A. (1996). Supply Chain Management Practices in Asia Pacific Today. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 26(10), 79-95.
- Piboonrunroj, P. & Disney, S.M. (2009). Tourism Supply Chain: A Conceptual Framework. *PhDNetworking Conference, Exploring Tourism III: Issue in PhD research*. University of Nottingham.
- Sirikrai, M. A., & Tang, J. C. S. (2006). Industrial Competitiveness analysis: Using the Analytic Hierarchy Process. *The Journal of High Technology Management Research*, 17(1), 71-83.
- Sigala, M. (2012). Supply Chain Management Approach for Investigating the Role of Tour Operators on Sustainable Tourism. *Journal of Cleaner Production*, 16, 1589-1599.

- Whitener, E. M., Susan E. B., Korsgaard, M. A., & Wenner, J. M. (1998). *Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior*. Access on May 20, 2016. Available From <http://www.jstor.org/discover/10.2307/259292?uid=3739136&uid=2&uid=4&sid=21106468647091>.
- World Tourism Organization. (2015). *9th UNWTO Asia/Pacific Executive Training Programmed on Tourism Policy and Strategy*. Access on May, 16 2015. Available From: <http://asiapacific.unwto.org/event/9th-unwto-asiapacific-executive-training-programme-tourism-policy-and-strategy>.
- Xinyan Zhang & Haiyansong. (2015). Integrated Tourism Service Supply Chain Management: Concept and Operation Process. *Neural Networks and Signal Processing*, 2015, 644-647.
- Xinyue, H. & Yongli, T. (2008). Integrated Tourism Service Supply Chain Management: Concept and Operation Process. *Neural Networks and Signal Processing*, 2008, 644-646.
- Zhang, X., Haiyan, S., & George, Q. H. (2009). *Tourism Supply Chain Management: A new Research Agenda*. Access on July 18, 2016. Available from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517708002161>.