

แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

The Management Approach to Increase the Effectiveness of the Travel Business in Thailand

♦ สันติ ป่าหวาย

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Santi Pawai

Ph.D. Students Management, Faculty of Political Science, University of North Bangkok

E-mail: pawaisanti@gmail.com

♦ อนันต์ ธรรมชาลัย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก สูตรปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Anan Thamchalai

Ph.D., Management, Faculty of Political Science, University of North Bangkok

E-mail: anan.th@northbkk.ac.th

♦ สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก สูตรปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Sanit Sirivisitkul

Ph.D., Management, Faculty of Political Science, University of North Bangkok

E-mail: sanit.vi@northbkk.ac.th

Abstract

There were four objectives of the research on The Management Approach to Increase the Effectiveness of the Travel business in Thailand, consisting of: 1) Study the problems of travel business management in Thailand. 2) Study the level of travel business management in Thailand. 3) To study the personal factors of tour operators. Factors of travel business and the promotion of business arrangements that affect the effectiveness of managing a business trip. 4) management guidelines to improve the effectiveness of business tourism in Thailand. Use of integrated research methods: 1) Quantitative research The sampling of 450 tour operators was conducted using questionnaire. Quantitative data analysis using percentage, Mean Standard Deviation and Linear Regression Analysis. 2) Qualitative research. The interviews were conducted by 10 entrepreneurs.

Those related to tourism, both public and private sectors 9 people combined total of 19 people. And discussion groups, expert tour of 9 people. Data were analyzed using content analysis and descriptive.

The result of research that The Problem of managing Travel Business in Thailand consists of two factors: The factor within the organization and External factors. The Level of Travel Business Management in Thailand. Tour operators have a high level of feedback. Travel Business Management Factors affecting business performance management arrangements revealed that the Travel Business as a whole. Management effectiveness is related to tourism in the overall level of statistical significance .01. With the Planning, Organization Control and Leadership effects that affect the effectiveness of Travel Business Management. The 74.2% change in the effectiveness of Travel Business Management. When considering the weight of independent variables that affect the overall Management of Travel Business, It was found that Leadership was highest (Beta = 0.488). Affecting the Effectiveness of Travel Business Management. The Management Approach to Increase the Effectiveness of the Travel Business in Thailand: Tour Operators must Plan, Develop, Protect and Integrate into a private organization. The Government should be Promote, Develop, Improve and Protect the Travel Business.

Keywords: Management, Effectiveness, Travel Business

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย 2) ศึกษาระดับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยว และปัจจัยส่งเสริมการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และ 4) เสนอแนะแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ได้แก่ วิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีสุ่มเก็บตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 450 ราย โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิง ปริมาณ ใช้สถิติ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 10 คน ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 9 คน รวมจำนวน 19 คน และการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จำนวน 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัญหาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร โดยระดับการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผู้ประกอบการธุรกิจ

นำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมี ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการควบคุม และด้านการเป็นผู้นำ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวได้ร้อยละ 74.2 (Adjusted R Square = 0.742) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวม พบว่า ด้านการเป็นผู้นำมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = 0.488) ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และมีแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการวางแผน การพัฒนา การป้องกัน การรวมตัวเป็นองค์กรเอกชน และภาครัฐควรทำการส่งเสริม การพัฒนา การปรับปรุง และการป้องกันแก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

คำสำคัญ : การจัดการ ประสิทธิภาพ ธุรกิจนำเที่ยว

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกแนวโน้มนักท่องเที่ยวโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญกับเศรษฐกิจในประเทศซึ่งก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น บริษัทนำเที่ยวต้องนำเสนอบริการที่ออกแบบเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับลูกค้าและสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าจดจำ ลูกค้ามีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่สุด อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญกับเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ด้วยเหตุที่ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การท่องเที่ยวจึงมีการกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ธุรกิจนำเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับการปรับกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้สามารถเติบโตและอยู่รอดภายใต้การแข่งขันและผลกระทบจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศ รวมถึงอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ความจำเป็นในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สามารถขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศเหมือนประเทศที่พัฒนาแล้ว ตามแผนพัฒนาการการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนา เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การบริหารจัดการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นหน้าที่สำคัญของผู้บริหารซึ่งต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อให้องค์การดำเนินงานได้สำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำ และการควบคุม

(Robbins, M. Coulter, 2005). องค์การจะมีประสิทธิผลเมื่อผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติตรงตามบทบาทที่องค์กรได้กำหนดไว้ การปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด และองค์การที่มีประสิทธิผลสูงจึงเป็นองค์การที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง การพัฒนาแนวทางในการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้ธุรกิจนำเที่ยวซึ่งมีบทบาทภารกิจตามที่กำหนดในกฎกระทรวงต้องมีการดำเนินงานที่เป็นไปตามกฎหมายในการจัดตั้งบริษัทธุรกิจนำเที่ยวที่มีคุณภาพและมาตรฐาน (ราชกิจจานุเบกษา. 2551) ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรมีความรู้ความเข้าใจในหลักการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวใช้องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุดเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอันจะทำให้ธุรกิจนำเที่ยวขยายตัวอย่างกว้างขวางเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมืองของชาติอย่างสูงสุด (มนัสนันท์ มณีนิตย์. 2551) การท่องเที่ยวจึงเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ และความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจร่วมกันให้เกิดการพัฒนาและมีมาตรฐาน (นิภา วธานิชกุล. 2551)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยสามารถจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่น ๆ ที่เป็นการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพด้านความสามารถทางด้านบริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย เพื่อสร้างความเป็นเลิศในการบริการอันจะนำมาซึ่งศักยภาพในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่เติบโตตามเป้าหมายทันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในอนาคตและเป็นข้อมูลสนเทศแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวของไทยให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยว และปัจจัยส่งเสริมการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานได้แก่ วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

กลุ่มที่ 1 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ภาครัฐ และภาคเอกชน

กลุ่มที่ 2 โดยการสนทนากลุ่ม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยว

กลุ่มที่ 3 โดยการแจกแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีจำนวน 12,259 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 19 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

กลุ่มที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยรรวมจำนวน 9 คน ประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

กลุ่มที่ 3 การวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและระดับการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยมีมาตรวัดระดับคะแนนแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ตามระดับการจัดการที่มีลักษณะคำถามปลายปิด และปลายเปิด โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จของ เครจซี และมอแกน (Krejcie & Morgan: 1970) ซึ่งคำนวณจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวกับกรมการท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 12,259 ราย ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2560 จะต้องสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อย่างน้อย 370 ราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว มีความเข้าใจในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางและวางแผนการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการจัดการองค์การให้มีคุณภาพสนองความต้องการในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

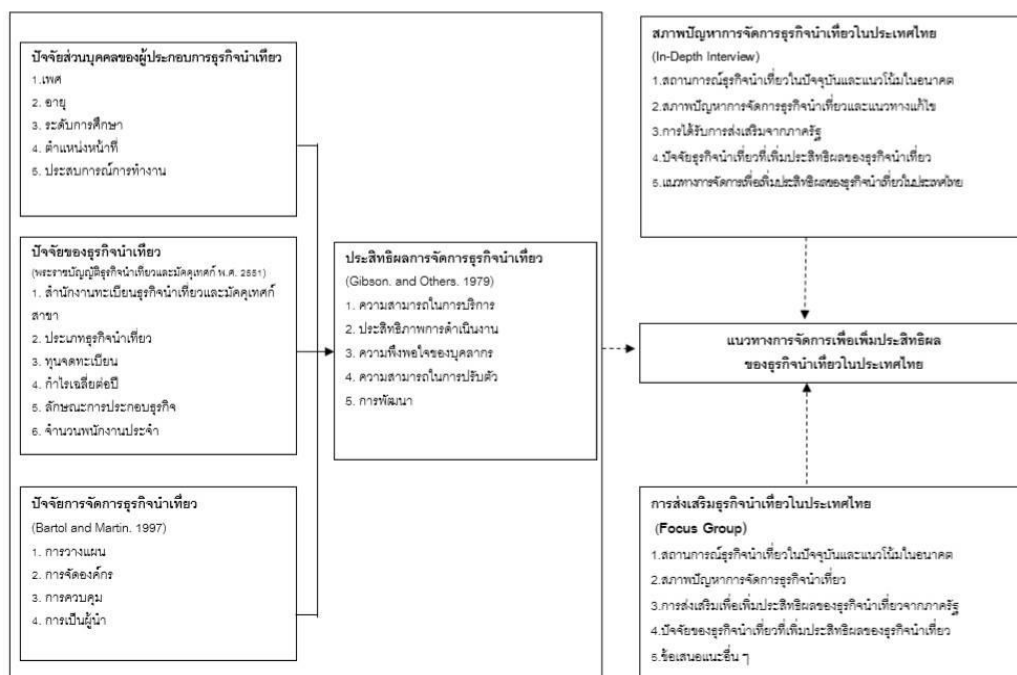
2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการในประเทศไทย สามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3. ผู้บริหารกรมการท่องเที่ยว ผู้บริหารสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ คณะกรรมการสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย คณะกรรมการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวและคณะกรรมการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในใช้ข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบาย สร้างกรอบมาตรฐานในการแข่งขันทางธุรกิจ ในการจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ และให้คำปรึกษาจัดอบรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจนำเที่ยว ให้เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ประกอบการที่ดำเนินการในประเทศไทยได้อย่างถูกต้องทิศทาง

4. นักวิชาการ ครูและอาจารย์ นักวิจัยต่าง ๆ มีข้อมูลพื้นฐาน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์ต่อยอดทางงานวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดที่ประยุกต์มาจากการศึกษาบทความ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยวใช้เจตนารมณ์การจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ปัจจัยการส่งเสริมการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ใช้ทฤษฎีของ Bartol and Martin, 1997 และประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ใช้ทฤษฎีของ Gibson, and Others, 1982) มาทำการวิเคราะห์ร่วม เพื่อหาประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวตามทฤษฎีของ Robbins, M. Coulter,. (2005) โดยมีกรอบแนวคิด ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

บาร์โธล และมาร์ติน. (Bartol & Martin. 1997) ได้นำเสนอกระบวนการในการจัดการประกอบ ด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง คือการกำหนดการทำงานล่วงหน้าของผู้บริหารว่าจะทำอะไร อย่างไร ใช้ทรัพยากรและการเลือกวิธีการทำงานใดเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กรการวางแผนที่ได้ผลดี ผู้บริหารจะต้องจัดทำแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. การจัดองค์กร (Organization) หมายถึง การนำเอาแผนงานที่กำหนดไว้มากำหนดหน้าที่สำหรับบุคลากรหรือกลุ่มบุคคลที่จะปฏิบัติภายในองค์กรพร้อมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงาน ตลอดจนกำหนดสายการควบคุมและบังคับบัญชาเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายโดยงานของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มต่างประสานสอดคล้องกันสู่ความสำเร็จขององค์กร

3. การเป็นผู้นำ (Leading) เกี่ยวข้องกับการจูงใจ ภาวะผู้นำและการสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติตามคำสั่งของตัวเอง เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการการนำถือเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับคนมากกว่าการให้ความสำคัญกับงานเพื่อการเพิ่มผลผลิตขององค์กร

4. การควบคุม (Controlling) หมายถึง กระบวนการในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานว่าเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้เป็นมาตรวัดผลการทำงานในองค์กรรวมทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐาน ถ้าการทำงานต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานก็จะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามมาตรฐานและแผนในการทำงาน

กิบสันและคณะ (Gibson and others 1988) ได้อธิบายถึงเกณฑ์ของความสำเร็จขององค์กรว่าประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 5 ตัว คือ

1. การผลิต (Production)
2. ประสิทธิภาพ (Efficiency)
3. ความพึงพอใจ (Satisfaction)
4. การปรับเปลี่ยน (Adaptiveness)
5. การพัฒนา (Development)

ทั้งนี้ กิบสันและคณะ. (Gibson and Others 1988) ได้ให้คำนิยามคำว่า “ประสิทธิภาพ” หมายความว่า ประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการกระทำใด ๆ ที่มีความมุ่งหมายจะได้รับผลอะไรสักอย่างให้เกิดขึ้น การกระทำหรือความพยายามจะมีประสิทธิภาพสูงต่ำเพียงใด ขึ้นอยู่กับว่าผลที่ได้รับตรงนั้น ตรง ครบถ้วน ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และใช้พลังงานน้อยเพียงใด

มนัสนันท์ มณีขัติย์, 2551 กล่าวว่า ธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ธุรกิจนำเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ ดังนี้

1. สามารถทำรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเอง
2. การจูงนำเที่ยวจะมีรายได้เข้าบริษัทจูงนำเที่ยว ซึ่งจะมีการจ่ายนำไปให้กับผู้ประกอบการโรงแรม ภัตตาคาร ขนส่ง แหล่งบันเทิง เป็นต้น
3. การจ้างงานการท่องเที่ยว (Employment in Tourism) ธุรกิจนำเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน กล่าวคือ ธุรกิจนำเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้แรงงานส่วนใหญ่ในลักษณะของการต้อนรับให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจูงนำเที่ยวจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้บรรยายในการนำเที่ยว
4. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งย่อมก่อให้เกิดการกระจายรายได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะนำเงินไปใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่น
5. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจในท้องถิ่น ในระยะเริ่มแรกที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น เนื่องจากจะมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น
6. ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เนื่องจากเงินตราที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้จ่ายใช้สอยจะหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจของประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น
7. ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนไทยท้องถิ่นให้ดีขึ้น เนื่องจากผลของการกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ในท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพและมีรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น
8. การเดินทางท่องเที่ยวจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นในท้องถิ่น กล่าวคือ ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น เช่น การปลูกสร้างโรงแรมหรือที่พักแรม ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปาและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ
9. ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไว้
10. ก่อให้เกิดการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของมรดกศิลปวัฒนธรรมเกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม
11. ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา ช่วยให้คนมีโลกทัศน์กว้าง ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการที่ได้พบเห็นด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตในสังคมได้
12. ช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมือง กล่าวคือ ตามธรรมชาติของมนุษย์มักจะรักถิ่นฐานบ้านเกิดเมืองนอนของตน หากมีโอกาสประกอบอาชีพที่เหมาะสม มีรายได้พอแก่การยังชีพ ย่อมไม่ยากอพยพไปแออัดยัดเยียดในเมือง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถช่วยสร้างอาชีพให้กับท้องถิ่น ทั้งด้านบริการท่องเที่ยวโดยตรงและหัตถกรรมในครัวเรือน จึงช่วยลดปัญหาการอพยพได้

13. ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว โดยการทำวัสดุเปลือกไม้ เปลือกหอย เศษผ้า เศษหนัง เศษฟาง เป็นต้น มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว อันเป็นการเสริมรายได้ให้กับท้องถิ่น

14. ช่วยสร้างสภาพและความสามัคคี กล่าวคือ เมื่อประชากรในประเทศเดียวกัน เดินทางไปท่องเที่ยวยังท้องถิ่นภายในประเทศ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ยังผลให้เกิดความสามัคคีในหมู่สมาชิก แต่ถ้าเป็นการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยสร้างเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างร่วมโลก อันเป็นการเสริมสร้างสันติภาพให้เกิดขึ้นแก่โลก

จะเห็นว่าธุรกิจนำเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศ จึงเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่จะต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในการระดมทรัพยากรทั้งหลายที่มีอยู่มาผสมผสานให้สอดคล้องกัน อันจะทำให้ธุรกิจนำเที่ยวขยายตัวอย่างกว้างขวางเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของชาติอย่างสูงสุด

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ได้แก่

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method Research) ใช้การแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จของ เครจซี และมอแกน (Krejcie & Morgan: 1970) ตารางนี้ใช้ในการกำหนดสัดส่วนประชากรโดยกำหนดสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 คือ มีระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งคำนวณจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 12,259 ราย (ตามตารางสำเร็จของ เครจซี และมอแกน ได้กลุ่มตัวอย่าง 370 ราย) เพื่อป้องกันการผิดพลาดและการได้ข้อมูลไม่ครบ ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 450 ราย โดยกระจายไปตามสัดส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ได้จดทะเบียนต่อสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวสาขาทั่วประเทศ และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 400 ราย

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method Research) โดยการออกแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 10 คน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 9 คน และสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมากกว่า 10 ปี จำนวน 9 คน แล้วนำผลมาวิเคราะห์สรุป

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพปัญหาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่

1.1 ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ด้านบุคลากร ผู้บริหารองค์กรไม่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ มักคุเทศก์มีความรู้ความสามารถไม่เหมาะสมกับงาน ด้านการแข่งขัน การพัฒนาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ความเข้าใจถึงในการทำการตลาด โปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ยั่งยืนที่แท้จริงทางด้านการท่องเที่ยว

แต่กลับทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านเทคโนโลยี องค์กรชาตนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยว

1.2 ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายภาครัฐ การกำหนดนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมธุรกิจนำเที่ยวยังขาดการสื่อสารให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้ทราบอย่างชัดเจน เพื่อกำหนดทิศทางการจัดการได้สอดคล้องกับนโยบาย ด้านการบังคับใช้กฎหมาย การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังกับผู้ประกอบการต่างชาติ ด้านความร่วมมือ ธุรกิจนำเที่ยวมีการแข่งขันค่อนข้างสูงเกิดการตัดราคาทัวร์ให้ถูกแต่ไม่มีคุณภาพ และด้านความเสี่ยง ปัจจัยเสี่ยงจากวิกฤติเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง ภัยธรรมชาติและการก่อการร้าย โรคระบาด สภาพอากาศ การเปลี่ยนแปลงค่าเงิน และอาชญากรรม

2. ระดับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นทั้งหมดดังตาราง 1 และ 2

ตาราง 1 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นปัจจัยการจัดการของธุรกิจนำเที่ยว

ปัจจัยการจัดการของธุรกิจนำเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการวางแผน	3.95	0.61	มาก
2. ด้านการจัดองค์กร	3.90	0.65	มาก
3. ด้านการควบคุม	3.84	0.64	มาก
4. ด้านการเป็นผู้นำ	3.93	0.65	มาก
รวม	3.91	0.64	มาก

จากตาราง 1 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยการส่งเสริมการจัดการของธุรกิจนำเที่ยวจะพบว่า ปัจจัยด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการควบคุม และด้านการเป็นผู้นำ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก แต่ไม่มากที่สุด ซึ่งอาจมาจากปัจจัยการส่งเสริมการจัดการของธุรกิจนำเที่ยวบางส่วนยังต้องได้รับการจัดการเพื่อให้ได้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ตาราง 2 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ปัจจัยประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความสามารถในการบริการ	3.99	0.61	มาก
2. ด้านประสิทธิภาพ	3.99	0.59	มาก
3. ด้านความพึงพอใจของบุคลากร	3.98	0.61	มาก
4. ด้านการปรับตัว	3.97	0.61	มาก
5. ด้านการพัฒนา	3.86	0.69	มาก
รวม	3.96	0.62	มาก

จากตาราง 2 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ปัจจัยประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริหาร ด้านประสิทธิภาพ ด้านความพึงพอใจของบุคลากร . ด้านการปรับตัว และด้านการพัฒนา อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก แต่ไม่มากที่สุด ซึ่งอาจมาจากปัจจัยประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวบางส่วนยังต้องได้รับการจัดการเพื่อให้ได้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยว และปัจจัยส่งเสริมการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกัน

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้ผลดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง ไม่มีนัยสำคัญทางด้านสถิติ

จำแนกตามอายุ พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.037, p<0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($\beta=.000, p<0.01$) ด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.001, p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.001, p<0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการพัฒนา ($\beta=.031, p<0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.001, p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.007, p<0.01$) ด้านการพัฒนา ($\beta=.001, p<0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($\beta=.015, p<0.05$) และด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.025, p<0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.021, p<0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้ผลดังนี้

จำแนกตามสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามประเภทธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.001, p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.001, p<0.01$) และ

ด้านการพัฒนา ($\beta=.000$, $p<0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.045$, $p<0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามทุนจดทะเบียน พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($\beta=.005$, $p<0.01$) ด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.003$, $p<0.01$) และด้านการพัฒนา ($\beta=.000$, $p<0.01$)

จำแนกตามกำไรเฉลี่ยต่อปี พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.000$, $p<0.01$) และด้านการพัฒนา ($\beta=.000$, $p<0.01$)

จำแนกตามลักษณะการประกอบธุรกิจ พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.000$, $p<0.01$) และด้านการพัฒนา ($\beta=.000$, $p<0.01$)

จำแนกตามจำนวนพนักงานประจำ พบว่า ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความสามารถในการบริการ ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($\beta=.001$, $p<0.01$) ด้านความพึงพอใจของบุคลากร ($\beta=.000$, $p<0.01$) ด้านความสามารถในการปรับตัว ($\beta=.001$, $p<0.01$) และด้านการพัฒนา ($\beta=.000$, $p<0.01$)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ตาราง 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณทดสอบปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่งผลโดยรวมต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม

ด้านความสามารถในการบริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.740	0.099		7.510**	.000
ด้านการวางแผน	0.111	0.042	0.121	2.669**	.008
ด้านการจัดองค์กร	0.178	0.039	0.208	4.600**	.000
ด้านการควบคุม	0.118	0.046	0.136	2.588**	.010
ด้านการเป็นผู้นำ	0.415	0.036	0.488	11.428**	.000

Adjusted R Square = 0.742

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมี ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการควบคุม และ ด้านการเป็นผู้นำ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวได้ร้อยละ 74.2 (Adjusted R Square = 0.742) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวม พบว่า ด้านการเป็นผู้นำมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = 0.488) ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

4. แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีดังนี้

4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องมีการวางแผน พัฒนา ป้องกัน และรวมตัวเป็นองค์กรเอกชน ดังนี้

4.1.1 วางแผน

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องดำเนินการจัดทำแผนการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยอาศัยจุดแข็งจากภายในปัจจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคล่องตัวในการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ผู้นำมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวสูง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีใจรักงานบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีคุณธรรมและจริยธรรมต่อนักท่องเที่ยว และโดยใช้โอกาสจากภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว แนวโน้มการขายตัวด้านการท่องเที่ยวและแนวนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ

4.1.2 พัฒนา

ผู้นำต้องพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปพัฒนาองค์กร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จะต้องรักษานักท่องเที่ยวให้มีความจงรักภักดีต่อบริษัท โดยพัฒนาศักยภาพด้านบริการทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการของบริษัท โดยเน้นการบริการที่ดีมีคุณภาพมีอัธยาศัยใจคอที่ดีการเป็นเจ้าบ้านที่ดีจนทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

4.1.3 ป้องกัน

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องหาทางป้องกันและลดความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ดังเช่นประสบการณ์ในอดีตที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้รับมา และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีมาตรการและมาตรฐานในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

4.1.4 รวมตัวเป็นองค์กรเอกชน

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรเข้ามาอยู่เป็นสมาชิกในสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความปึกแผ่นและการรับรู้ปฏิบัติตามกฎกติกาของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน จะเป็นเครื่องมือในการนำพาการบริหารงานธุรกิจนำเที่ยวไปสู่ความสำเร็จ เพราะภาครัฐจะทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามคำแนะนำเสนอหรือแนะนำ หากไม่มีข้อเสนอหรือแนะนำก็จะทำให้ภาครัฐเดินไม่ถูกทางในการนำพาภาคเอกชนไปสู่ความสำเร็จ

4.2 ภาครัฐต้องส่งเสริม พัฒนา ปรับปรุง และป้องกัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวดังนี้

4.2.1 ส่งเสริม

ภาครัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสามารถวางแผนเพื่อส่งเสริมการตลาดในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนถ้าภาครัฐไม่สามารถชี้แจงนโยบายอย่างชัดเจนก็จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไม่สามารถวางแผนอนาคตในการทำการตลาดของบริษัทได้เลื่อนการวางนโยบายจึงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด และภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ภาครัฐควรส่งเสริมให้ความรู้การจัดการองค์กร การจัดการองค์กรรูปแบบการประกอบธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันยังคงการบริหารงานแบบครอบครัวเป็นลักษณะของการประกอบธุรกิจแบบ SMEs ลักษณะทั่วไปขององค์กรจึงมีลักษณะองค์กรเชิงเดี่ยวและมีลักษณะเป็นการเฉพาะตัวโดยหน้าที่ของผู้นำภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมรูปแบบการจัดการองค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันให้มีความเป็นสากลและมีโครงสร้างที่ชัดเจนมากกว่าในปัจจุบัน แต่จุดเด่นคือ มีการตัดสินใจที่รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์และไม่มีขั้นตอนในการทำงานที่ซับซ้อน

ภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายภาคีการสร้างเครือข่ายภาคีในรูปแบบของสมาคมชมรมเพื่อสร้างความร่วมมือในการดำเนินการทางธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้สูงขึ้นโดยเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคาเป็นการแข่งขันหรือสร้างความร่วมมือในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการรวมถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สูงขึ้นเพื่อยกระดับทางด้านราคาซึ่งในปัจจุบันมีราคาค่อนข้างต่ำจึงทำให้ผลตอบแทนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันค่อนข้างต่ำจึงส่งผลต่อการจ้างแรงงานที่ต่ำรายได้ของมัคคุเทศก์ไม่สูงซึ่งทั้งหมดคือห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย- พัฒนาบุคลากรและสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

4.2.2 พัฒนา

ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของแรงงานด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาควรเชื่อมโยงหลักสูตร หรือเอา MRA มาปรับใช้เพื่อพัฒนาสมรรถนะพื้นฐานร่วมกัน

ภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

4.2.3 ปรับปรุง

ภาครัฐควรปรับปรุงนโยบายและกฎหมายให้ทันสมัยและบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

4.2.4 ป้องกัน

ภาครัฐควรส่งเสริมหรือบังคับภาคเอกชนควรร่วมมือใช้รถซึ่งได้มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

อภิปรายผลการวิจัย

แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันและปัญหาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

1.1 ปัญหาการจัดการภายในองค์กร ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการแข่งขัน ด้านเทคโนโลยี

1.2 ปัญหาจากปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายภาครัฐ ด้านการบังคับใช้กฎหมาย ด้านความร่วมมือ และด้านความเสี่ยง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัญหาการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกิดจากความสับสนในการบริหารงานจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กรสภาพปัญหาดังกล่าวที่ได้วิจัยมาจึงเกิดจากการบริหารงานภายในองค์กรและผลกระทบจากปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Steers, 1977 กล่าวถึงเกณฑ์ประสิทธิผลส่วนใหญ่ใช้ ลักษณะของสภาพแวดล้อม 2 ลักษณะ คือ 1. สภาพแวดล้อมภายใน และ 2. สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ว่ามีปัญหาหรือมีความสามารถในการจัดการอย่างไร โดย Lawrence & Lorch, Z., 1967 กล่าวว่า ปัจจัยความสำเร็จและปัญหาเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างภายในองค์กร และปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร

2. ระดับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นมากทั้งหมด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการในการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของอาจเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนมากแต่ยังมีบางส่วนยังไม่พึงพอใจในคุณภาพในการให้บริการในเรื่องต่าง เช่น ความน่าเชื่อถือในเรื่องการเอาเรียดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ความมั่นใจในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และการให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ทองใบ กาญจนามรณ, (2553) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการคุณภาพบริการของบริษัทนำเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ได้กล่าวว่า การสร้างคุณภาพบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้อันดับความสำคัญในปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ไว้ดังนี้ คือ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ สิ่งที่ต้องได้ และการตอบสนอง

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกัน ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า จำแนก เพศชายและเพศหญิง ไม่มีนัยสำคัญทางด้านสถิติ และการจำแนกตามอายุ จำแนกตามระดับการศึกษา จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3.2 ปัจจัยของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า จำแนกตามสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ไม่มีนัยสำคัญทางด้านสถิติ และจำแนกตามประเภทธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามทุนจดทะเบียน จำแนกตามกำไรเฉลี่ยต่อปี จำแนกตามลักษณะการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานประจำ ทำงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

3.3 ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมี ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการควบคุม และ ด้านการเป็นผู้นำ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวได้ร้อยละ 74.2 (Adjusted R Square = 0.742) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวม พบว่า ด้านการเป็นผู้นำมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = 0.488) ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญถึงเรื่องการจัดการธุรกิจนำเที่ยวด้านการบริการหรือการผลิต ด้านประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ การปรับเปลี่ยน และการพัฒนาว่าจะส่งผลต่อการบริหารงานภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลแต่ผู้ประกอบการบางส่วนก็ยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก จึงพอสรุปได้ว่าปัจจัยการส่งเสริมการจัดการธุรกิจนำเที่ยวส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤกษ์นันท์ นันจรรย์, (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ พบว่าองค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องสนับสนุนและพัฒนาผู้นำหรือผู้บริหารในองค์กรมีรูปแบบผู้นำเชิงปฏิรูป ให้เป็นผู้นำแบบล้ำสมัย ผู้นำแบบจริยธรรม และการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จจะต้องทำใน 3 ระดับ ได้แก่ การสร้างความรู้ระดับพื้นฐานภายในองค์กรการสร้างกระบวนการจัดการภายในองค์กรการสร้างการพัฒนาการเรียนรู้ภายในองค์กรซึ่งจะเกิดประสิทธิผลในการเรียนรู้ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ การปรับเปลี่ยน และการพัฒนา และทฤษฎีของ บาร์โธล และมาร์ติน. (Bartol & Martin. 1997) ได้นำเสนอกระบวนการในการจัดการประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organization) การเป็นผู้นำ (Leading) และการควบคุม (Controlling)

4. แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องมีการวางแผน พัฒนา ป้องกัน และรวมตัวเป็นองค์กรเอกชน

4.2 ภาครัฐต้องส่งเสริม พัฒนา ปรับปรุง และป้องกัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประสิทธิผลย่อมเกิดจากผู้ประกอบการและการส่งเสริมจากภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารพงศ์ ลิ้มสุทธิวรรณภูมิ, (2558) ได้ศึกษา เรื่อง บทบาทของภาครัฐก่อให้เกิดความได้เปรียบในด้านการแข่งขันของรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมโรงแรมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่กล่าวว่า ปัจจัยบทบาทภาครัฐ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัจจัยมุ่งเน้นการตลาด และปัจจัยความพร้อมของ SMEs ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ และภาพลักษณ์การเที่ยวแต่ละบริษัท ซึ่งจะมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวของนักท่องเที่ยว และทฤษฎีของ กิบสัน และคณะ. (Gibson and Others 1988) ที่กล่าวว่า ประสิทธิผลเป็นเรื่องของการกระทำใดๆ ที่มีความมุ่งหมายจะได้รับผลอะไรสักอย่างให้เกิดขึ้น การกระทำหรือ

ความพยายามจะมีประสิทธิภาพสูงต่ำเพียงใด ขึ้นอยู่กับว่าผลที่ได้รับตรงนั้น ตรง ครบถ้วน ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และใช้พลังงานน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1.1 ภาครัฐควรมีการทำงานเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมีระบบ
- 1.2 ภาครัฐควรมีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวและประกาศแจ้งให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทราบ และชี้แนะผู้ประกอบการเพื่อร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่การแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก
- 1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรนำแนวทางที่ได้ทำการวิจัยไปพัฒนาองค์การของผู้ประกอบการ
- 1.4 ภาครัฐควรนำงานวิจัยนี้ ไปทำแผนเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 2.1 ผู้ประกอบการควรวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ
- 2.2 ผู้ประกอบการควรมีการจัดการเพื่อลดความเสี่ยงต่าง ๆ
- 2.3 ภาครัฐต้องทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและประกาศแจ้งให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทราบ โดยทั่วกัน
- 2.4 ภาครัฐต้องบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 3.1 จากการวิจัยพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงจากปัจจัยภายนอก จึงควรทำการวิจัยเรื่อง “แนวโน้มปัจจัยความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว”
- 3.2 จากการวิจัยพบว่า มีปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยว จึงควรทำการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยว”
- 3.3 จากการวิจัยพบว่า นวัตกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใหม่เกิดขึ้นมากมาย จึงควรทำการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยวในอนาคต”

References

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *ยุทธศาสตร์และนโยบาย*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://www.mots.go.th/main.php?Filename**index [2560, กุมภาพันธ์ 17]
- กฤษณนันท์ นันจรรณ. (2558). *การศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้*. ปรินซ์ดิวซ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทองใบ กาญจนภรณ์. (2553). *แนวทางการจัดการคุณภาพบริการของบริษัทนำเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. ปรินซ์ดิวซ์บัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ธราพงศ์ ลิ้มสุทธินรณภูมิ. (2558). บทบาทของภาครัฐก่อให้เกิดความได้เปรียบในด้านการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมโรงแรมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นิภา วรรณิชกุล. (2551). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- มนัสนันท์ มณีชัยดี. (2551). ผลกระทบของประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อศักยภาพการ แข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ระเบียบคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยว ว่าด้วย มาตรฐานการประกอบธุรกิจนำเที่ยว และมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยวพึงปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว และความรับผิดชอบที่มีต่อนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวตลอดจนค่าตอบแทนหรือความคุ้มครองที่มีมัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยวจะพึงได้รับจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว พ.ศ. ๒๕๕๖.ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 130. ตอนพิเศษ 105 ง. 23 สิงหาคม 2556.
- Adhikary, M. (1995). *Management of Ecotourism*. Bangkok: Srinakarinwirot University.
- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1997). *Management*. (2nd ed.). New York: McGraw - Hill
- Gibson, J.H., John, M.I. & James H.D. (1982). *Orgionizations : Behavior structure and Processes*(4th ed): Austin, TX: Business Publications.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. Educational and Psychological Measurement.
- Lawrence & Lorch, Z., 1967, *Organisation and Rnvironment*. Boston: Harvard University Oress.
- Robbins, M. Coulter. (2005). *Management*. 8th ed. New Jersey: Pearson.
- Steers, R.M. (1977). *Organization Effectiveness*. California: Goodyear Publishers Inc.



Santi Pawai, Master of Education Administration (M.Ed.), Burapa University. Ph.D. Students Management, Faculty of Political Science, University of North Bangkok, Deputy Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.



Anan Thamchalai, D.B.A., Doctor of Business Administration in Industrial Business and Human Resource Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok. Dean of Political Science Faculty and Lecturer, Doctor of Philosophy in Management Program, North Bangkok University.



Saint Sirivisitkul, Ph.D., Doctor of Philosophy Program in Management, North Bangkok University, Instructors, Doctor of philosophy Program in Management, Faculty of Political Science, North Bangkok University.