

การจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา

Tourism Business Management in Pattaya City

พุทธพร โคตรภักดิ์ และ ศาสตราจารย ตรี.สมบัติ กาญจนกิจ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เมืองพัทยาได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติ มีคุณลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างไปจากเมืองท่องเที่ยวอื่นซึ่งเป็นข้อได้เปรียบ ทั้งนี้เพราะเมืองพัทยามีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีสินค้าการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีโรงแรมที่พักที่มีความเป็นมาตรฐานเหมาะที่จะทำธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา เพื่อเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยวอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการเมืองพัทยา และเพื่อเปรียบเทียบการจัดการระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเมืองพัทยาจำนวน 214 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และได้มีการตรวจสอบเครื่องมือโดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ($\bar{X} = 4.02$) ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ($\bar{X} = 4.13$) ด้านการวางแผน ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการจัดองค์กร ($\bar{X} = 3.95$) และด้านการควบคุม ($\bar{X} = 3.86$)
2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ($\bar{X} = 3.88$) ได้แก่ ด้านคู่แข่ง ($\bar{X} = 4.16$) ด้านสังคม ($\bar{X} = 3.94$) ด้านสิ่งแวดล้อม / ภัยพิบัติ ($\bar{X} = 3.91$) ด้านการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X} = 3.90$) ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.78$) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.61$)
3. เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของกระบวนการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวม พบว่าผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ไม่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในด้านการวางแผน และด้านการจัดองค์กร มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบโดยภาพรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา พบว่าผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ไม่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้าน พบว่าในด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการการจัดการธุรกิจและผลกระทบโดยรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การจัดการ/ ธุรกิจนำเที่ยว/ พัทยา

Abstract

Tourism business is central to the growth of the tourism industries in Thailand. Pattaya city is regarded as an international tourist destination, having unique characteristics, different from other cities, which serves as a great advantage. The city has many tourist attractions, merchandises, and hotels, which are suitable for a tourism business. Thus, operators must have the capacity to manage and organize a city tour to prepare for ASEAN Tourism in the Year 2558.

Purpose The purpose of this research is to study the tourism business management in Pattaya city and to compare the tourism business management between “Natural person” and “Juristic person”.

Methods A total of 214 individuals were selected, from an enterprise of tourism business that runs in Pattaya city, to complete the following surveys. The data has been analyzed statistically in term of frequency, percentage, mean, standard deviation, and t value.

Results

1. The results showed that the most popular opinions amongst the respondents on the process of tourism business managements were in the sectors of planning, organizing, leading and controlling.

2. The results showed that the most popular opinions amongst the respondents on the main effects on Pattaya’s tourism business were, in the following order, in the sector of competitors, social, environmental/ disaster, political/law, technology and economic.

3. When comparing on tourism business process between Natural person and Juristic person company, there were no statistically significant difference at .05 level, however, the planning and the organizing process were statistical significant difference at .05 level.

4. When comparing on tourism business between company with Natural person and Juristic person, there were no statistically significant difference at .05 level, except, politics and regulations impact, social impact and technology impact.

Conclusions The opinions of the respondents on the process of tourism business management and the different effects it has on their operations ranked in a fairly high level in all sector. There were no significant differences between “Natural person” and “Juristic person”. However, when we compare management process, there were significant differences at .05 in the planning and organizing sector. Also making impact in tourism business were the Political/Law, Social and Technology sectors.

Keywords : Management/ Tourism Business / Pattaya City

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมืองพัทยา นับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากสถานที่ท่องเที่ยวหรือเมืองท่องเที่ยวอื่นในหลายๆ ด้าน จึงเป็นข้อได้เปรียบและเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมานาน ทั้งกับชาวไทยเองและชาวต่างชาติ จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเมืองพัทยาในปี 2554 มีนักท่องเที่ยว 8,135,924 คน เพิ่มขึ้นจาก 758,762 คน จากปี 2553 หรืออัตราเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 10.29 เป็นชาวต่างชาติ 6,052,811 คน ชาวไทย 2,083,113 คน โดยมีวันพักเฉลี่ย 3.29 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,237.78 บาท/วัน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 87,849.77 ล้านบาท (กลุ่มข้อมูลสถิติด้านท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2555: ออนไลน์) พัทยานี้นับว่ามีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวถึง 15 กิโลเมตร เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยว อีกทั้งเมืองพัทยามีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ

ชาวต่างประเทศทุกเพศทุกวัยและทุกฐานะสามารถมาเที่ยวพัทยาได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นเช่น เชียงใหม่ หรือภูเก็ต พัทยา ยังเป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ และพาณิชยกรรมระดับภาคและเป็นเมืองอันดับที่ 2 ของโลกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อบ้านไว้เป็นบ้านหลังที่สองสำหรับพักผ่อนในต่างแดน (Middleton, 2011) และเมืองพัทยาก็เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจติด 1 ใน 10 เมืองของไทยเสมอ (เอ็มไทยนิวส์, 2554: ออนไลน์) นอกจากนั้นยัง อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครและสนามบินสุวรรณภูมิด้วยเหตุเหล่านี้จึงทำให้เมืองพัทยาเป็นเมืองที่น่าลงทุนทางด้านธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

ไม่ใช่แต่เพียงประเทศไทยเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับด้านการท่องเที่ยว ต่างประเทศทั่วโลกก็เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเช่นกัน ทำให้ประเทศไทยมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และการเข้าสู่กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวในเมืองพัทยา โดยเฉพาะเป็นการเปิดเสรี

ค่าบริการด้านการท่องเที่ยวธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากปัญหาทางด้านต่างๆ เช่นปัญหาการแข่งขันด้านการลงทุนและการแข่งขันด้านราคากับชาติในอาเซียนที่จะหลังไหลเข้ามาลงทุนในพหุวิทยาเพราะสามารถถือครองหุ้นได้ถึงร้อยละ 70 ซึ่งอยู่ระหว่างเร่งแก้ไขกฎหมาย เพื่อให้เข้ากับนโยบายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ตั้งไว้ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554) ปัญหาการเคลื่อนย้ายของแรงงานที่มีคุณภาพ ปัญหาการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นจากการทำวีซ่าประเทศเดียวเข้าได้ทั้งอาเซียน (ASEAN Visa Common) ทำให้นักท่องเที่ยวชาติอื่นที่ไม่ใช่อาเซียนสามารถเดินทางเข้าออกประเทศไทยได้สะดวกสบายมากขึ้น นอกจากนี้ ก็ยังมีปัญหาที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นปัญหาโรคระบาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัญหาความผันผวนของเศรษฐกิจ ปัญหาผู้ก่อการร้ายข้ามชาติ ปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองของประเทศ ปัญหาสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ เป็นต้น

ดังนั้นการทำธุรกิจนำเที่ยวในเมืองพหุวิทยาให้มีความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ด้านต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้น และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ สามารถอยู่รอดได้ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงผู้ประกอบการที่มีความสำคัญสูงสุดในการกำหนดทิศทางของธุรกิจตนให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร จึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีมาตรฐานในการทำธุรกิจนำเที่ยวให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้สู่ประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพหุวิทยา เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการเมืองพหุวิทยา
2. เพื่อเปรียบเทียบการจัดการระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพหุวิทยา ประเภทบุคคลธรรมดา กับประเภทนิติบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ตอบแบบสอบถามจากขนาดของประชากรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหรือตัวแทนในเขตพื้นที่เมืองพหุวิทยา จำนวนทั้งหมด 475 ราย แบ่งตามลักษณะการขออนุญาตเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ 2 ประเภท คือ บุคคลธรรมดา 241 ราย นิติบุคคล 234 ราย เนื่องจากประชากรมีจำนวนไม่มาก การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัย จึงใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ที่สามารถใช้ได้กับขนาดประชากรตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป กำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 214 ราย แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นสัดส่วนเท่ากันๆ เนื่องจากประชากรทั้ง 2 ประเภท มีขนาดไม่ต่างกันมาก ได้ดังนี้ บุคคลธรรมดา 107 ราย และนิติบุคคล 107 ราย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพหุวิทยา และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อให้มีความตรงตามเนื้อหา โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

เมืองพัทยา นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้ ซึ่งคำนวณค่าความตรงของแบบสอบถามได้เท่ากับ 0.79 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ประกอบการ ที่คล้ายกลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ย่านรองเมือง ย่านถนนข้าวสาร ย่านประตูน้ำ และย่านสีลม จำนวน 30 ราย เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยง หรือความสอดคล้องภายใน ซึ่งหาค่าได้ 0.91 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงที่เมืองพัทยา ในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและลงรหัสข้อมูลนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาได้ จำนวน 8 คน โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structured interview) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์

ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 โดยการบันทึกเก็บการสนทนา

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

แบบสอบถามลักษณะทั่วไปของข้อมูลธุรกิจนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง นำข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นต่อผลกระทบโดยรวมความคิดเห็นต่อกระบวนการการจัดการ มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง นำข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น ต่อผลกระทบโดยรวม ความคิดเห็นต่อกระบวนการจัดการ โดยจำแนกตามธุรกิจนำเที่ยวประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยทดสอบค่า “ที” (t-test) กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนของปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิดใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่ ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์จำแนกออกตามประเด็นคำถาม ตรวจสอบและวิเคราะห์ ข้อมูลเก็บรวบรวมข้อมูลตามลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปเชิงพรรณนา เพื่อนำมา เป็นองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้ธุรกิจนำเที่ยวประสบความสำเร็จต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ นำเที่ยวเมืองพัทยา	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม n = 214	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ นำเที่ยวเมืองพัทยา	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม n = 214	ร้อยละ
ประเภทธุรกิจ			ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
ให้บริการเฉพาะพื้นที่	51	13.82	น้อยกว่า 5 ปี	91	42.53
Domestic Tour	53	14.36	5 ปี – 10 ปี	63	29.44
Inbound Tour	156	42.28	11 ปี - 15 ปี	28	13.08
Outbound Tour	61	16.53	มากกว่า 15 ปี	32	14.95
Expat tour	48	13.01			
			ลักษณะการขออนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยว		
*เนื่องจากเป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ			บุคคลธรรมดา	107	50.00
ระดับรายได้เฉลี่ยต่อปี			นิติบุคคล	107	50.00
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	159	78.71			
5 – 10 ล้านบาท	26	12.87	วิธีการประชาสัมพันธ์		
มากกว่า 10 – 20 ล้านบาท	8	3.96	หนังสือพิมพ์	17	4.50
มากกว่า 20 ล้านบาท	9	4.46	นิตยสาร	30	7.94
*มีผู้ตอบแบบสอบถามบางคนไม่ตอบในข้อนี้			วิทยุ	4	1.06
ทุนจดทะเบียน			โทรทัศน์	7	1.85
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1 ล้านบาท	48	22.43	อินเทอร์เน็ต	118	31.22
มากกว่า 1-5 ล้านบาท	41	19.16	สื่อทางพาหนะ	12	3.13
มากกว่า 5-10 ล้านบาท	9	4.21	สื่อกลางแจ้ง	48	12.70
มากกว่า 10 ล้านบาท	9	4.21	สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ	120	31.75
ไม่ต้องมีทุนจดทะเบียน	107	50.00	ร่วมงานส่งเสริมการขาย	22	5.82
			*เนื่องจากเป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในประเทศไทย (Inbound Tour) คิดเป็นร้อยละ 42.28 มีการขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเป็นประเภทบุคคลธรรมดาซึ่งไม่ต้องมีทุนจดทะเบียน คิดเป็นร้อยละ

50.00 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.53 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 78.71 มีวิธีการประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมาคือการใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 31.22

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจ นำเที่ยวเมืองพัทยา

กระบวนการจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านวางแผน	4.12	0.63	มาก
ด้านการจัดองค์กร	3.95	0.54	มาก
ภาวะผู้นำ	4.13	0.55	มาก
ด้านการควบคุม	3.86	0.62	มาก
รวม	4.02	0.49	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ($\bar{X} = 4.13$)

รองลงมา คือ ด้านการวางแผน ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการจัดองค์กร ($\bar{X} = 3.95$) และด้านการควบคุม ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบโดยภาพรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา

ผลกระทบโดยภาพรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.90	0.65	มาก
ด้านเศรษฐกิจ	3.61	0.79	มาก
ด้านสังคม	3.94	0.62	มาก
ด้านเทคโนโลยี	3.78	0.72	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ	3.91	0.79	มาก
ด้านคู่แข่ง	4.16	0.63	มาก
รวม	3.88	0.45	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับต่อผลกระทบโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ด้านคู่แข่ง ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมา คือ ด้านสังคม

($\bar{X} = 3.94$) ด้านสิ่งแวดล้อม / ภัยพิบัติ ($\bar{X} = 3.91$) ด้านการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X} = 3.90$) ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.78$) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตามลักษณะการขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว คือประเภทบุคคลธรรมดาและประเภทนิติบุคคล

การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา	บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการวางแผน	4.04	0.66	4.21	0.60	-2.06*	0.04
2. ด้านการจัดองค์กร	3.88	0.52	4.03	0.56	-2.02*	0.04
3. ด้านภาวะผู้นำ	4.10	0.49	4.10	0.49	-0.81	0.42
4. ด้านการควบคุม	3.83	0.59	3.83	0.59	-0.56	0.58
รวม	3.96	0.46	3.96	0.46	-1.62	0.11

*p < .05 ($t_{212} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 4 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะการขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ระหว่างประเภทบุคคลธรรมดากับประเภทนิติบุคคล โดย

ภาพรวมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งสองประเภทมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผนและด้านการจัดองค์กร มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบโดยภาพรวมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา

รายการผลกระทบโดยภาพรวม	บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการเมืองและกฎหมาย	4.01	0.61	3.79	0.67	2.52*	0.01
2. ด้านเศรษฐกิจ	3.68	0.75	3.53	0.83	1.39	0.17
3. ด้านสังคม	4.03	0.62	3.85	0.62	2.04*	0.04
4. ด้านเทคโนโลยี	3.69	0.68	3.88	0.74	-1.99*	0.04
5. ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ	3.97	0.76	3.85	0.82	1.07	0.29
6. ด้านคู่แข่ง	4.24	0.53	4.09	0.72	1.77	0.09
รวม	3.94	0.42	3.83	0.47	1.82	0.07

*p < .05 ($t_{212} = \pm 1.96$)

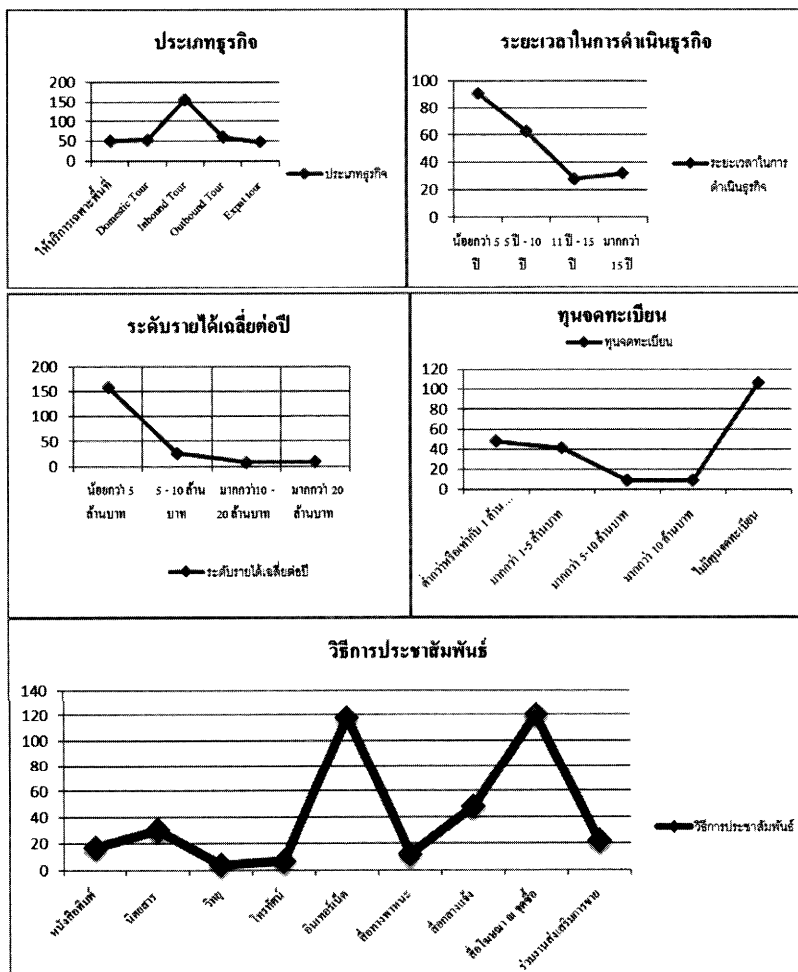
จากตารางที่ 5 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบโดยภาพรวมจำแนกตามลักษณะการขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ระหว่างประเภทบุคคลธรรมดากับประเภทนิติบุคคล โดยภาพรวมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งสองประเภท มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในรายด้านพบว่า ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและจากการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอโดยเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ของการศึกษา สามารถนำเสนอประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

การศึกษาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการเมืองพัทยา พบว่าธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาส่งส่วนใหญ่ เป็นธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในประเทศไทย (Inbound Tour) มีการขออนุญาตประกอบธุรกิจ

รูป : ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา



นำเที่ยว เป็นประเภทบุคคลธรรมดาซึ่งไม่ต้องมีทุนจดทะเบียนมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5 ปี มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 5 ล้านบาท มีวิธีการประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ รองลงมาคือการใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต สามารถวิเคราะห์ได้ว่าจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีจำนวนมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย จึงทำให้ธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ทำขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องมาจากธุรกิจนำเที่ยวนี้อาจสามารถขอใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจได้ง่าย ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการมาก ก็สามารถทำธุรกิจประเภทนี้ได้จึงทำให้มีผู้ประกอบการรายย่อยมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญา บรรจงมณี (2553) พบว่า การดำเนินการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ใช้เงินลงทุนไม่มากเท่ากับการดำเนินธุรกิจประเภทอื่น สอดคล้องกับ อชิรญา คุณประดิษฐ์ (2548) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ เปิดธุรกิจนำเที่ยวดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 1 ปี ถึง 5 ปี และมีความเห็นว่าระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์ประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสารช่วยให้บริษัทมีวิธีการบริหารบริหารจัดการงานทางด้านการตลาดดียิ่งขึ้น ลูกค้าสามารถติดต่อกับ บริษัทได้ง่ายขึ้น

กระบวนการการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา พบผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กรและด้านการควบคุมตามลำดับ วิเคราะห์ได้ว่าการจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยานั้น เป็นธุรกิจขนาดเล็ก อำนาจในการตัดสินใจส่วนใหญ่จะเป็นของผู้ประกอบการ จึงทำให้ความสำคัญกับตัวผู้บริหาร

หรือตัวผู้ประกอบการเองมากที่สุด ส่วนเรื่องของการจัดการองค์กรและการควบคุมได้ให้ความสำคัญรองลงมา เป็นเพราะส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีโครงสร้างการบริหารที่ไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับ พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์ (2553) ที่กล่าวว่าโครงสร้างแบบแนวตั้ง เป็นการบริหารงานแบบบุคคลคนเดียวที่ทำหน้าที่ทุกอย่าง ซึ่งบริษัทอาจจ้างพนักงานมาช่วยในการทำงาน แต่อำนาจการตัดสินใจจะอยู่ที่คนเดียวคนเดียว โครงสร้างการบริหารแบบนี้จะเป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีขนาดเล็ก หรืออาจจะเป็นบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวทั่วไป

กระบวนการจัดการเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดกับประเด็นดังต่อไปนี้ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ในประเด็นการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากร และมีบุคลิกภาพดี เป็นที่น่าเชื่อถือแก่บุคคลทั่วไป วิเคราะห์ได้ว่าการให้ความสำคัญกับบุคลากร และการเป็นที่น่าสนใจ มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ให้การจัดการธุรกิจนำเที่ยว การสอดคล้องกับ ทอญใบ กาญจนารณ์ (2553) พบว่า การพัฒนาจิตใจด้วยการให้บริการของพนักงาน จะต้องให้พนักงานมีความรู้สึกเหมือนเป็นเจ้าของบริษัทและการสร้างสายสัมพันธ์เจ้านายกับลูกน้องช่วยทำให้ธุรกิจดีขึ้น ด้านการวางแผนในประเด็น แนวทาง/การจัดการของธุรกิจ ไม่ส่งผลกระทบทางลบต่อศีลธรรมอันดีของสังคมเป็น ซึ่งสอดคล้องกับ เนตร์พัฒนา ยาวีราข (2550) ที่กล่าวว่า คุณค่าสำหรับการเป็นผู้บริหารในยุคปัจจุบัน เน้นด้านจริยธรรมธุรกิจ ดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและการกำหนดบทบาทขององค์กรอย่างมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินอยู่ในสภาพแวดล้อมปัจจุบันได้ ด้านการจัดองค์กรในประเด็น มีการส่งเสริมการขาย

สินค้าและบริการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ นิกร จันทรรุขรา (2552) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริม การตลาด กระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก และ ในส่วนของด้านการควบคุม พบว่า ผู้ตอบสอบถาม ในความสำคัญในลำดับสุดท้าย สามารถวิเคราะห์ ได้ว่า จากข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นประเภทบุคคลธรรมดา และเป็นธุรกิจ ขนาดย่อย อาจเป็นคนเดียวดำเนินการหรือมีจำนวน พนักงานไม่มาก จึงไม่ต้องมีการควบคุมมากนัก ดังที่ กล่าวไปแล้วในข้างต้น

ผลกระทบโดยภาพรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมือง พัทยา จากผลการวิจัยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ให้ความสำคัญสูงสุดกับประเด็นดังนี้ตามลำดับ ได้แก่ ด้านคู่แข่งในประเด็น การทำธุรกิจนำเที่ยวเมือง พัทยาที่มีการแข่งขันที่สูง สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของ คุณธนกร เทพพิมพา เจ้าของธุรกิจนำเที่ยว “Jony millennium travel” (สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2555) ได้กล่าวว่าธุรกิจนำเที่ยวมีการแข่งขันสูง ด้วยวิธีการ ตัดราคากัน ซึ่งสอดคล้องกับ พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ (2548) ที่พบว่าการแข่งขันของผู้ประกอบการนำเที่ยว เชียงใหม่ใช้การแข่งขันโดยการตัดราคากัน ด้านสังคม ในประเด็น สภาพทางสังคมของเมืองพัทยาเอื้ออำนวย ต่อการทำธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวรรณ ศักดิ์ศรี (2546) ที่พบว่าผลกระทบของการ เติบโตของเมืองต่อวิถีของประชากรเขตเมืองพัทยา เนื่องจากเมืองพัทยาเปลี่ยนแปลงเป็นเมืองท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยม ส่งผลให้เศรษฐกิจเมืองพัทยา เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดผลกระทบ ด้านบวก คือทำให้ประชากรฐานะดีขึ้น เกิดการพัฒนา สาธารณูปโภค สาธารณูปการ รวมไปถึงนวัตกรรมใหม่

ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติในประเด็น ภัยพิบัติทาง ธรรมชาติส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว อาจวิเคราะห์ ได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญกับ ภัยธรรมชาติมากกว่าผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพราะ ภัยธรรมชาติเป็นปรากฏการณ์ที่เห็นผลกระทบชัดเจน รุนแรงรวดเร็วชัดเจนกว่าผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเมืองและกฎหมายในประเด็น ความขัดแย้ง ทางด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย จินดาพล (2554) ที่พบว่าสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเกิดจากความไม่สงบจาก การขัดแย้งภายในประเทศ ปัญหาการเมืองภายใน ประเทศมากที่สุด ด้านเทคโนโลยีในประเด็น เทคโนโลยี มีส่วนช่วยทำให้การตลาดของธุรกิจดีขึ้น ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ อชิรญา คุณประดิษฐ์ (2548) ที่ พบว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลูกค้ามอง ภาพลักษณ์ของบริษัทดีขึ้น ทันสมัย ประหยัดเวลา ในการติดต่อสื่อสารช่วยให้บริษัทมีวิธีการบริการ บริหารจัดการงานทางด้านการตลาดดียิ่งขึ้น ลูกค้า สามารถติดต่อกับบริษัทได้ง่ายขึ้น ตลอดจนช่วยขยาย ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อการได้เปรียบในการ แข่งขันการช่วยให้ได้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น และ การช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท ด้านเศรษฐกิจใน ประเด็น ภาวะทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้ลูกค้า ชาวต่างชาติใช้บริการน้อยลง สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อบริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ จึงทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการจัดการธุรกิจนำเที่ยว ระหว่าง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา ประเภท บุคคลธรรมดา กับประเภทนิติบุคคล พบว่ามีความ คิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผู้ประกอบการทั้งสองประเภทให้ความสำคัญกับกระบวนการในการบริหารจัดการธุรกิจของตนมาก เพราะกระบวนการจัดการธุรกิจมีส่วนช่วยในการบริหารให้ดำเนินไปอย่างมีเป้าหมายและเป็นระบบ ทำให้ผู้ประกอบการทั้งสองประเภทซึ่งถือเป็นบุคคลสำคัญนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ จึงให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการธุรกิจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ รอบบินส์ และคูลเตอร์ (Robbins and Coulter, 2002) ที่ได้กล่าวว่า กระบวนการจัดการเป็นงานหลักหรือหน้าที่สำคัญที่ผู้บริหารหรือผู้จัดการจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรดำเนินงานได้สำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจนำเที่ยวออกเป็นรายด้าน มีประเด็นที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้ ได้แก่ ด้านการวางแผน ในประเด็นการให้ความสำคัญกับการวางแผนในการจัดการธุรกิจ ประเด็นการกำหนดนโยบาย/แผนงาน/ระเบียบข้อบังคับ มุ่งมั่นที่จะทำให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้วางไว้ และประเด็นการวางแผนช่วยบอกให้เห็นถึงทิศทางในอนาคตขององค์กร/ช่วยในการตัดสินใจภายในองค์กรให้ดีขึ้น/ช่วยปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เปลี่ยนไป และประเด็นสุดท้ายมีการกำหนดแผนงานหรือเป้าหมายในการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน เมื่อดูจากผลการวิเคราะห์พบว่าประเภทนิติบุคคลมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นมากกว่าประเภทบุคคลธรรมดา วิเคราะห์ได้ว่าการจัดการของประเภทนิติบุคคลให้ความสำคัญหรือมีการวางแผนที่ดีกว่าประเภทบุคคลธรรมดา ด้านภาวะผู้นำ ในประเด็นการเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พบว่าประเภทนิติบุคคล

มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าประเภทบุคคลธรรมดา อาจวิเคราะห์ได้ว่าผู้ประกอบการประเภทนิติบุคคลคนให้ความสำคัญหรือมีวิสัยทัศน์และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากกว่าประเภทบุคคลธรรมดา

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบโดยภาพรวม ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา ประเภทบุคคลธรรมดากับประเภทนิติบุคคล มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ออกเป็นรายด้านพบว่าประเด็นที่น่าสนใจครั้งนี้ด้านการเมืองและกฎหมาย ในประเด็น ในอนาคตจะมีการแก้ไขกฎหมายให้นักลงทุนชาติอาเซียนสามารถลงทุนในธุรกิจนำเที่ยวได้ร้อยละ 70 ส่งผลกระทบในด้านลบกับธุรกิจ พบว่าประเภทบุคคลธรรมดาให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวมากกว่าประเภทนิติบุคคล วิเคราะห์ได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทนิติบุคคลมีผู้บริหารมากกว่าหนึ่งคน ทำให้สามารถระดมความคิดช่วยกันแก้ไขและรองรับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดีกว่าผู้บริหารเพียงคนเดียว จึงทำให้มีความพร้อมในเรื่องการรองรับคู่แข่งที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตมากกว่าประเภทบุคคลธรรมดา สอดคล้องกับ นายคณาธิป โรจนขจร (2549) ซึ่งพบว่าผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ คือมีคู่แข่งชั้นเสรีที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาการแข่งขันทางด้านราคาที่รุนแรง ด้านเทคโนโลยี ในประเด็น เทคโนโลยีมีส่วนช่วยทำให้การตลาดของธุรกิจดีขึ้น ผลการวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทนิติบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า อาจวิเคราะห์ได้ว่าผู้ประกอบการประเภทนิติบุคคลส่วนใหญ่

ให้ความสำคัญหรือมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีมากกว่าผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดา ด้านคู่แข่งชั้นในประเด็น คู่แข่งขันที่เป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติมีผลต่อธุรกิจ ผลการวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นให้ประเด็นดังกล่าวผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทบุคคลธรรมดามีค่าเฉลี่ยสูงกว่า อาจวิเคราะห์ได้ว่าผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดาเป็นคนไทย ทำให้ให้ความสำคัญในประเด็นคู่แข่งที่เป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติ สอดคล้องกับ ชาญชัย จินดาพล (2554) ที่เสนอแนะว่าควรมีระบบป้องกันการลงทุนของชาวต่างชาติ

สรุปผลการวิจัย

การจัดการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กรด้านภาวะผู้นำ และด้านการควบคุม ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยายู่ในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ด้านคู่แข่งชั้น ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม/ภัยพิบัติ ด้านการเมือง/กฎหมาย ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทบุคคลธรรมดาและประเภทนิติบุคคลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผนและด้านการจัดองค์กร มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทบุคคลธรรมดาและประเภทนิติบุคคลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบ

โดยภาพรวมต่อธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในรายด้าน พบว่า ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่าองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยวได้แก่ ผู้บริหารจะต้องพัฒนาตนเองเสมอ มีการเตรียมการและวางแผนล่วงหน้า มีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ การให้บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ที่นอกเหนือจากการให้บริการปกติ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจ มีการสร้างชื่อเสียงที่ดี ทำให้ลูกค้าเชื่อถือ มีจัดรูปแบบท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีความหลากหลายให้ลูกค้าเลือก มีการจัดโปรโมชั่นของแต่ละช่วง มีความคิดที่สร้างสรรค์ มีการสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยเมื่อใช้บริการ มีการให้บริการอยู่ในราคาที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงค่าใช้จ่ายและรายได้เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ บุคลากรต้องเข้าใจในการทำงานและมีความเป็นมืออาชีพ มีความรักในงานที่ทำ บริการด้วยความอดทนสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี และมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีความเข้าใจในงานบริการ มีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีการเรียนรู้และพัฒนาฝีมืออยู่เสมอ มีการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีความรักดีต่อบริษัท ควรมีการให้รางวัลตอบแทนแก่บุคลากรดูแลบุคลากรให้เป็นเสมือนว่าเป็นครอบครัวเดียวกัน เพื่อให้บุคลากรรู้สึกมีความสุขในการทำงาน มีความสามัคคีกันภายในองค์กร รัฐบาลที่จะต้องประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้อย่างสม่ำเสมอ มีระบบขนส่งที่ดี โรงแรมที่ได้มาตรฐาน มีความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีการปรับปรุงพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม มีความปลอดภัย มีปัจจัยพื้นฐานสาธารณูปโภคต่างๆ พร้อมมีความเป็นระเบียบ มีความร่วมมือที่ดีระหว่างรัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการบางกลุ่มควรทำธุรกิจนำเที่ยว จัดทะเบียนขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวให้ถูกต้องตามกฎหมาย และจ้างบุคลากรที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยเฉพาะชาวต่างชาติควรมีใบอนุญาตประกอบอาชีพในประเทศไทย

2. ผู้ประกอบการควรแข่งขันด้วยคุณภาพและบริการ ไม่ควรแข่งขันด้วยการตัดราคา จนทำให้กลายเป็นธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ

3. ผู้ประกอบการควรมีการจัดรายการที่ท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า นำเสนอสิ่งใหม่ๆ และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไว้ ไม่ควรทำตามความต้องการของนักท่องเที่ยวจนเสียความเป็นเอกลักษณ์ไป

4. ผู้ประกอบการควรศึกษาภาษาเพิ่มเติม โดยเฉพาะภาษารัสเซีย เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในการขายรายการท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรประสานความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของธุรกิจนำเที่ยวและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ไม่จำเป็นต้องเป็นหน้าที่ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง และมีแนวปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและสนับสนุน สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีเงินทุน เช่น การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการที่มีเงินทุนมากกว่าได้

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการอบรมให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความพร้อม หรือส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพยิ่งกว่าเดิม โดยเฉพาะด้านภาษา เพราะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวถือว่าสำคัญในการทำรายได้ให้กับประเทศ

4. ผู้ประกอบการควรจัดตั้งกลุ่มหรือสมาคมเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวเพื่อประสานและสร้างเครือข่ายช่วยกันดูแลในเรื่องของกฎระเบียบ สร้างความเข้มแข็ง สร้างมาตรฐานที่มีคุณภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเมืองพัทยาและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์สำหรับนิสิต จากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). กลุ่มข้อมูลสถิติด้านท่องเที่ยว [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.tourism.go.th [2555, กุมภาพันธ์ 17]
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Factbook) กรุงเทพมหานคร. คณาธิป โรจนขจร. (2549). กลยุทธ์ทางการเสรีของบริษัทยุโรปประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเปิดเสรีทางการค้าภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชาญชัย จินดาพล. (2554). ปัญหาการเมืองส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทองใบ กาญจนารมณ์. (2553). แนวทางการจัดการคุณภาพบริการของบริษัทนำเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต(บริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นพวรรณ ศักดิ์ศรี. (2546). ผลกระทบของการเติบโตของเมืองต่อวิถีชีวิตประชากร: กรณีศึกษาเขตเมืองพัทยา. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- นิกร จันทรรุขรา. (2552). แนวทางสู่ความสำเร็จของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2550). การจัดการสมัยใหม่: Modern Management. กรุงเทพมหานคร: ทริปเพิ้ล.
- ปรินญา บรรจงมณี. (2553). ปัจจัยในการประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวของผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.
- พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. (2548). อุตสาหกรรมนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้โครงการ “มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย”. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์. (2553). การจ้ดนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- สัมภาษณ์ ธนกร เทพพิมพา, เจ้าของธุรกิจนำเข้าเที่ยว “Jony millennium travel”, 15 ธันวาคม 2555.
- เอ็มไทยนิวส์. (2554). เมื่อนำท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://news.mthai.com/headline-news/146784.html> [2555, กุมภาพันธ์ 30]
- อชิรญา คุณประดิษฐ์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3): 297–334.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities: *Educational and Psychological Measurement*.

Middleton, C. 20 best places to buy a second home abroad.[Online]. (2011). Available from :
<http://www.telegraph.co.uk> [2012, Feb 26]

Stephen P. Robbins and Mary K. Coulter.(2007). Management. 7th ed. New Jersey : Prentice
Hall International, Inc.