

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ เขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) มีข้อมูลเดือนสิงหาคม 2552 ดังนี้ เขตวัฒนา จำนวน 32 ราย เขตคลองเตย จำนวน 24 ราย เขตวังทองหลาง จำนวน 30 ราย เขตบางรัก จำนวน 35 ราย และเขตราชเทวี จำนวน 24 ราย รวมทั้งหมด 145 ราย เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 103 ราย

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ
2. แนวทางสู่ความสำเร็จของการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว แบ่งเป็น กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ การจัดการรายการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ การมีหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด จำนวน 34 ข้อ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 103 คน ได้แบบสอบถามคืนมา จำนวน 103 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์แนวทางสู่ความสำเร็จของการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จของการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้ t-test และ F-test
4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จของการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เป็นรายคู่ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 61.17 อายุ 30-40 ปี ร้อยละ 56.31 รองลงมา 41-50 ปี ร้อยละ 23.33 สถานภาพสมรส ร้อยละ 64.08 รองลงมา โสด ร้อยละ 27.18 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.37 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 33.01 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 65.05 รองลงมา 500,000-1 ล้านบาท ร้อยละ 28.15 อายุการประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 5-10 ปี ร้อยละ 56.31 รองลงมา ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 22.33 เข้าร่วมการอบรมสัมมนาการท่องเที่ยวต่ำกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 43.69 รองลงมา ไม่เคยเข้าร่วมการอบรมสัมมนา ร้อยละ 20.39

#### 2. วิเคราะห์แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ผลิตภัณฑ์/บริการ** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.72-4.11$ ) ทุกรายการ 5 อันดับแรก คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
5. บริการอาหารแปลกใหม่

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี, 30-40 ปี และ 41-50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาปริญญาตรี ทุกระดับรายได้

**ราคา** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.72$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.54-3.87$ ) ทุกรายการ คือ

1. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ
2. ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย
3. ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี, 30-40 ปี และ 50 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.60-3.74$ ) ทุกรายการ คือ

1. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
3. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
5. ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 30-40 ปี สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**การส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.58-3.83$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
2. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**มัลคฤเทศก์** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60-3.76$ ) ทุกรายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ
2. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน
3. มาตรฐานบริการของมัลคฤเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**การจัดรายการท่องเที่ยว** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70-3.85$ ) ทุกรายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
2. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก
3. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว
4. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
5. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**กระบวนการให้บริการ** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68-3.78$ ) ทุกรายการ คือ

1. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ สถานภาพสมรส และ  
หม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้าน  
บาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**ปัจจัยผลักดัน** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} =$   
3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.62-3.88$ ) ทุกรายการ คือ

1. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว
2. ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว
3. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี สถานภาพ  
สมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท

**ปัจจัยดึงดูด** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} =$   
3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73-3.95$ ) ทุกรายการ คือ

1. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
2. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
3. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์
4. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุ 30-40 ปี, 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป  
สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ทุกระดับรายได้

### 3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ  
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้  
ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวม แตกต่างกันอย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ผลิตภัณฑ์/บริการ** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น  
โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความ  
ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ บริการอาหารแปลกใหม่

ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก

ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

ราคา ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
2. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว

ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
2. ลูกค้านับหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

**การส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีโปรแกรมการนำเข้าเที่ยวหลากหลายให้เลือก

ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
2. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

**มัลคูเทศก์** ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มาตรฐานบริการของมัลคูเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ

ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ

ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกรายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ
2. มาตรฐานบริการของมัลคูเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ
3. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน

**การจัดรายการท่องเที่ยว** ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว

2. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

2. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกรายการ คือ

1. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว

2. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว

**ปัจจัยผลักดัน** ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความอยากรู้ อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว

2. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว

**ปัจจัยดึงดูด** ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเริงรมย์



## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตพัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

### 1. วิเคราะห์แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.35$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลลัพธ์/บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มัคคุเทศก์ การจัดการการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82, 3.83, 3.64, 3.74, 3.70, 3.76, 3.73, 3.75$  และ  $3.88$  ตามลำดับ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ คมกริช คิวเงิน (2534) ศึกษาเรื่อง การศึกษาจิตความสามารถทางจิตวิทยาในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการบริเวณน้ำตกเหวสุวัตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า กิจกรรมนันทนาการที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคน ได้แก่ การชมทิวทัศน์ รองลงมา ได้แก่ การถ่ายรูป การเล่นน้ำตกและปิกนิก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมทางกายภาพและปริมาณความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรมนันทนาการ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิวรรณ เกียงขวา (2534) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักผ่อนที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสภาพธรรมชาติ แต่ก็ต้องการให้มีการปรับปรุงซ่อมแซมสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ปลอดภัย และกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ญุฑฑกุล (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศพบว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด โดยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการให้บริการที่รวดเร็ว ด้านพนักงานให้บริการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านของบุคลิกภาพดี

อัยาศัยดี มีมนุษย์สัมพันธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในเรื่องการเดินทาง ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในเรื่อง บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ด้านราคาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือค่าที่พักแรม และ ด้านส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องของการ โฆษณาทางสื่อ จากข้อค้นพบดังกล่าว ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยในขณะนี้มีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างดี โดยจะเห็นได้จากรายงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสแรกตั้งแต่เดือนมกราคม-มีนาคมพบว่า ภาพรวมแล้วมีอัตราเติบโต 7%มาจากปัจจัยการส่งเสริมและจัดกิจกรรมด้านท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการใช้จ่ายต่อครั้งต่อวันที่มากขึ้นด้วย

## 2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ผลิตภัณฑ์/บริการ** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง ที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

**ราคา** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**การส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง ที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

**มัคคุเทศก์** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง ที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

**การจัดรายการท่องเที่ยว** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

**กระบวนการให้บริการ** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

**ปัจจัยผลักดัน** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ปัจจัยดึงดูด** ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลำพอง ศรีทับทิม (2535) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความพอใจกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว และพบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ จังหวัดที่อยู่อาศัย ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวนวันที่พักผ่อนต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิจิต อุทะโชค (2545) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมล่องแก่งน้ำว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการจัดการสื่อความหมาย ธรรมชาติ ด้านความประทับใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของลำน้ำว้า ด้านการรักษาความปลอดภัย การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรมแตกต่างกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว ในขณะที่ความพึงพอใจที่ได้รับจริง เมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมล่องแก่งมีน้อยกว่า อย่างมีนัยสำคัญ จึงควรจะให้มีการจัดการด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับความพึงพอใจจากข้อค้นพบดังกล่าว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และผลกระทบจากปัญหาภายในประเทศอย่างรุนแรงโดยเฉพาะการปิดสนามบินนานาชาติทั้งสองแห่ง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีธุรกิจต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก มีการจ้างงานในอัตราสูง มีศักยภาพรวมทั้งมีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังนั้น จึงเห็นควรนำเสนอแนวทางในการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะ

1. จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จและสอดคล้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศต่อไป
2. ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารทำการปรับปรุงพัฒนาการบริการของศูนย์บริการให้สอดคล้องกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร
3. จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความแตกต่างกันที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ ควรจัดทำแนวทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี