

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกหลายประเภท ก่อให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจ การจ้างงาน และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็มีปัจจัยบางประการที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตและการขยายตัว ได้แก่ การเกิดวิกฤติเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาแล้วขยายออกไปทั่วโลก ส่งผลไปยังนักท่องเที่ยวลูกค้าจากประเทศต่าง ๆ มีจำนวนลดลง จึงทำให้มีการแข่งขันแย่งชิงนักท่องเที่ยวรุนแรงมากยิ่งขึ้น แนวโน้มการแข่งขันการท่องเที่ยวในปัจจุบันรุนแรงขึ้นตามลำดับ ประเทศต่าง ๆ ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT : Information Technology) มาเป็นอาวุธสำคัญในการแข่งขันตลาดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์สาระความรู้ และสารสนเทศกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างของสินค้าการท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยว

นอกจากนั้นลักษณะ (characteristic) ของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากการแสวงหาความบันเทิงมาเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นคุณค่าของการท่องเที่ยวแนวใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแนวใหม่จึงต้องปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเป็นการสร้างมูลค่าให้นักท่องเที่ยว จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจึงมีแนวโน้มลดลงภาครัฐและภาคเอกชนจึงหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ (domestic travel) ให้มากยิ่งขึ้น

การบริหารการตลาดท่องเที่ยวที่จะประสบผลสำเร็จต้องทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (international arrivals) เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศและมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น และกระจายไปทั่วทุกจังหวัด ทำให้เกิดการขับเคลื่อนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ร้านขายของพื้นเมือง ของที่ระลึก ธุรกิจบริการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เป็นต้น การใช้จ่ายเงินของ

นักท่องเที่ยวเพื่อซื้อบริการต่าง ๆ หรือสินค้าก็จะทำให้เกิดกระจายรายได้ไปยังผู้ประกอบการต่าง ๆ ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวและเจริญเติบโตได้เร็วขึ้น

องค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความสะดวกปลอดภัยในการเดินทาง สถานที่พักผ่อนที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพและมีคุณภาพและจรรยาบรรณมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำทางให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดอบอุ่น ซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันรัฐบาลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552, หน้า 16-17) ได้ส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ไว้ชัดเจน มีสาระสำคัญ ดังนี้

วิสัยทัศน์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเน้นให้ประชาชนได้เดินทางท่องเที่ยวรู้จักท้องถิ่นหรือประเทศของตนเองให้มากที่สุดก่อนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เช่น “คลิกทั่วหน้า คริกครื้นทั่วไทย” “เที่ยวไทยคริกครื้น เศรษฐกิจไทยคลิก” เป็นต้น

นโยบาย ได้กำหนดเป็นแนวทางที่จะดำเนินการให้เกิดผลตามกรอบวิสัยทัศน์และเป็นเครื่องบ่งชี้ทิศทางการบริการที่ภาครัฐและเอกชนจะได้ดำเนินการร่วมกันต่อไป เช่น “ส่งเสริมเชิญชวนและสร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศให้กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นและเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป”

เป้าหมาย ในการบริหารการตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic travel) จะมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี เพื่อเป็นเป้าหมายของการบริหารงานที่สามารถตรวจสอบประเมินผลได้ว่าสัมฤทธิ์ผลหรือไม่ โดยอาศัยข้อมูลหลายด้านประกอบกัน เช่น สถิติการเดินทางท่องเที่ยวในอดีต แนวโน้มการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต แล้วใช้องค์ความรู้ทางสถิติกำหนดตัวเลขเป้าหมาย เป็นต้น

กลยุทธ์ ได้หาวิธีการที่ใช้ปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนงาน และนโยบายที่ได้กำหนดไว้ เช่น กลยุทธ์การท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่ การเน้นการโฆษณาสู่กลุ่มผู้บริโภคผ่านสื่อมวลชนหลาย ๆ ชนิด เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ เพื่อณรงค์สร้างกระแสและค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างเข้าใจและส่งเสริมการใช้บริการผ่านธุรกิจนำเที่ยว ส่งเสริมการเดินทางแลกเปลี่ยนระหว่างภาพ ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์ด้วยตนเอง ส่งเสริมให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการการตลาดท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น เพื่อความพร้อมให้การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศได้ประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยสนใจศึกษา แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในเขตพัฒนา คลองเตย วังทองกลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ เพื่อจะได้นำความรู้ไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการและปรับปรุงปัจจัยเหล่านั้นให้เหมาะสมนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในเขตพัฒนา คลองเตย วังทองกลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมุติฐานการวิจัย

แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งขอบเขตการวิจัยได้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ เขตพัฒนา คลองเตย วังทองกลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) มีข้อมูลเดือนสิงหาคม 2552 ดังนี้ เขตพัฒนา จำนวน 32 ราย เขตคลองเตย จำนวน 24 ราย เขตวังทองกลาง จำนวน 30 ราย เขตบางรัก จำนวน 35 ราย และเขตราชเทวี จำนวน 24 ราย รวมทั้งหมด 145 ราย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 103 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในเขตพัฒนา
คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ
สมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการประกอบธุรกิจนำเที่ยว การอบรมสัมมนาการ
ท่องเที่ยว

1.2 แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ได้แก่

- กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ
- การจัดรายการท่องเที่ยว
- กระบวนการให้บริการ
- ปัจจัยผลักดัน
- ปัจจัยดึงดูด

2. ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ ความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจ
ท่องเที่ยวภายในประเทศ

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่ เดือนสิงหาคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2552

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวของปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2545) และ Loy (1997) มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การบริหารจัดการ หมายถึง กลยุทธ์หรือแนวทางในการบริหารงานเพื่อประสพผลสำเร็จในการดำเนินงานโดยใช้เทคนิค หลักการ วิธีการบริหารแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามเป้าหมายที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้

ความสำเร็จในการบริหารจัดการ หมายถึง การมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่สูง การดำเนินกิจการโดยไม่ประสบปัญหาต่าง ๆ หรือประสบปัญหาน้อยที่สุด

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) เลือกมาเฉพาะเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร หรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourism) หมายถึง ผู้พำนักอาศัยที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

การบริการ (services) หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า การบริการเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ผู้ให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำงานเพื่อผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (สมชาติ กิจบรรยง, 2543, หน้า 10)

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีการจัดสร้างขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร
2. ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้ประสพผลสำเร็จและสอดคล้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศต่อไป