

ชื่อเรื่อง ผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

ผู้วิจัย นางสาวมนสิชา อินทจักร

กรรมการควบคุม อาจารย์ ดร.นันทนา อุ่นเจริญ และอาจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี

ปริญญา ปร.ค. สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2555

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการบริหารจัดการองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ก่อให้เกิดการแข่งขันกันเป็นอย่างมาก ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงหาวิธีการทำให้ธุรกิจของตนสามารถอยู่รอดและเติบโตในอนาคต ธุรกิจนำเที่ยวถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่ต้องพยายามปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ที่ผู้ให้บริการควรตระหนักถึงการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อรักษาส่วนครองทางการตลาดไว้ รวมถึงมีการตรวจสอบความต้องการของลูกค้าและคู่แข่งอย่างต่อเนื่องเพื่อก่อให้เกิดกระบวนการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินการขององค์กรที่สามารถปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กรต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 410 แห่ง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณลักษณะขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการสนับสนุนด้านทีมงาน การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมภายนอก โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก



ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีที่ตั้งของธุรกิจ ทูนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีที่ตั้งของธุรกิจ ทูนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงานและจำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) คุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ และด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า 2) คุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า 3) คุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ และด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ 4) ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า 5) ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ และ 6) การสนับสนุนด้านทีมงาน การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ และด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ

โดยสรุป คุณลักษณะขององค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น ธุรกิจนำเที่ยวควรนำข้อเสนที่ได้อจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการผลักดันให้ภาคธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า และสร้างความจงรักภักดีแก่ลูกค้าในระยะยาว เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจต่อไป



TITLE Effects of Organizational Characteristics on Performance of Travel Agencies in Thailand

AUTHOR Miss.Monsicha Inthajak

ADVISORS Dr.Nantana Ooncharoen and Dr.Naphat Thipsri

DEGREE Ph.D. **MAJOR** Tourism and Hotel Management

UNIVERSITY Maharakham University **DATE** 2012

ABSTRACT

Currently organizational management must change all the time for competing; many organizations attempt to run their businesses for surviving and developing their businesses up to the prosperity in the future. Tourism business creates happiness to customers by responding to their needs. Service providers can select the strategies creating the difference from their competitors. This can continually maintain loyalty of customers, resulting in market share maintenance. Service providers should keep an eye on various changes, needs of customers, and competitors. They must prepare the efficiency creation process for the advantage in business competition and various organizations must adjust themselves for survival and progress. Thus, the researcher conducted a study of effects of organizational characteristics on business performance of travel agencies in Thailand. In addition, the population of this research is tested using data collected from mail survey of 410 tour businesses in Thailand. The statistics used for analyzing data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The findings revealed that the entrepreneurs of tour business had opinions about organizational characteristics both wholly and singly at a high level; corporate image, unique attribute services, and service professionalism. They also had opinions about customer satisfaction, customer loyalty, business performance, team support, technology support and external environment both wholly and singly at a high level.

The entrepreneurs of tour business with different business location, operational capital, years of operation, and number of staff did not have different opinions about organizational characteristics; corporate image, unique attribute services, and service professionalism both in general and in each aspect. However, the entrepreneurs of tour business with different business



location, operational capital, years of operation, and number of staff did not have different opinions about customer satisfaction, customer loyalty, and business performance in general aspect.

According to analyses of the data in terms of relationships and effects, it was found that (1) organizational characteristics; corporate image, unique attribute services, and service professionalism positively affected and related to customer satisfaction; (2) organizational characteristics; corporate image, unique attribute services, and service professionalism positively affected and related to customer loyalty; (3) organizational characteristics; corporate image, and unique attribute services positively affected and related to business performance; (4) customer satisfaction positively affected and related to customer loyalty; (5) customer satisfaction and customer loyalty positively affected and related to business performance; (6) team support and technology support positively affected and related to organizational characteristics; corporate image, unique attribute services, service professionalism.

In conclusion, the organizational characteristics had positive relationship and impact on business performance of travel agencies in Thailand. Also, tour business should use the information working performance toward working reliability and code of ethics and provide opportunities in the future. Thus, tourism entrepreneurs and other business can apply for the creation of an advantage in competition. Besides, it can be used for an increase of potential in management and operational efficiency.

