

ชื่อเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อศักยภาพการแข่งขัน
ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย

ผู้วิจัย นางมนัสนันท์ มณีขัติย์

กรรมการควบคุม รองศาสตราจารย์ ดร.ปพฤกษ์ อุตสาหะวณิชกิจ และ
รองศาสตราจารย์นภภรณ์ พลนิกรกิจ

ปริญญา กจ.ม.

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2551

บทคัดย่อ

ธุรกิจท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็น
ธุรกิจที่ทำให้เสริมสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศและการค้าระหว่างประเทศให้แข็งแกร่งขึ้นได้
โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันรัฐบาลได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ การเปลี่ยนแปลงทาง
เศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในด้านการผลิตและการบริการ
รวมทั้งการแข่งขันกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ก้าวหน้า เพื่อเป็นการพัฒนา
เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ก้าวหน้าต่อไป ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของ
ประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย
จำนวน 257 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
F-test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี
ประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ
ด้านความผูกพัน และด้านความร่วมมือ และผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการ
มีศักยภาพการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร
ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี
ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และทุนจดทะเบียน
ทะเบียนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจโดยรวมและ
เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ด้านความผูกพัน ด้านความร่วมมือแตกต่างกัน และ
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ที่มีจำนวนเงินทุนปัจจุบันแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ
ประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านความร่วมมือแตกต่างกัน



ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับการมีศักยภาพในการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ของ องค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการแตกต่างกัน ผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยว ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการ แข่งขัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านการบริหารความรู้แตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำ เที่ยว ที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กรแตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ที่มีจำนวนเงินทุนปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าแตกต่างกัน ($p < 0.05$)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) ประสิทธิภาพพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ของ องค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี 2) ประสิทธิภาพพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านความผูกพัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ศักยภาพการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ และ 3) ประสิทธิภาพพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านความร่วมมือ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้าน ความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และด้านการ ดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ

โดยสรุป ประสิทธิภาพพันธมิตรทางธุรกิจมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อศักยภาพการ แข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจึงควรใช้เป็นแนวทางสำหรับ ธุรกิจนำเที่ยวในการพัฒนา การวางแผนและการปรับปรุงการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจนำ เที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการบริหารจัดการการดำเนินงานขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สูงสุด



TITLE Effects of Business Alliance Effectiveness on Competitiveness of Tourist Agency Business in Thailand

AUTHOR Mrs. Manatsanan Maneekhat

ADVISORS Assoc. Prof. Dr. Phapruek Ussahawanitchakit and
Assoc. Prof. Naphaphorn Phonnikornkij

DEGREE M.M.

UNIVERSITY Mahasarakham University **DATE** 2008

ABSTRACT

Tourism industry is important for the development of our country's economy, because it contributes to the country's economy and strengthen international trade especially in the present time when the government has systemically developed the tourism industry. Economic changes have effects on tourism industry development in terms of production and service competition against those economic leading developed countries. In order to develop the economy and tourism industry, the researcher conducted a study of the effects of business alliance effectiveness on competitiveness of tourist agency business in Thailand, by using a questionnaire as an instrument for collecting data from 257 entrepreneurs of tourist agency business in Thailand, selected by a stratified random sampling technique. The statistics used for analysis the collected data were F-test, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The findings revealed that the entrepreneurs of tourist agency business agreed with having business alliance effectiveness at high level both as a whole and in each of all these aspects; trust, commitment, and cooperation. They are also agreed with having competitiveness at high level both as a whole and in each of the following aspects; organizational learning, customer relation, technology sourcing, knowledge management, and entrepreneurship orientation.

The entrepreneurs with different operational time, numbers of employee, and initial investment agreed differently with having business alliance effectiveness both as a whole and in each of all these aspects; trust, commitment, and cooperation. Respondents with



different current investment agreed differently business alliance effectiveness in terms of cooperation.

Respondents with different operational time agreed differently with having competitiveness both as a whole and in each of the studied aspects including; organizational learning, productivity, customer relation, technology sourcing, and knowledge management. In addition, the entrepreneurs of tourist agency business with different initial investment agreed differently with having competitiveness in terms of knowledge management, meanwhile, those from tourist agency with different current investment agreed differently with having competitiveness in terms of organizational learning, entrepreneurship orientation, and customer relation ($p>0.05$).

According to the data analyses in terms of relationship and effects, the following were found: 1) the business alliance effectiveness in terms of trust showed positive effects and related to competitiveness in terms of organization learning, productivity, customer relation, and technology sourcing; 2) the business alliance effectiveness in terms of commitment had positive effects and related to competitiveness in terms of organization learning, entrepreneurship orientation; and 3) the business alliance effectiveness in terms of cooperation showed positive effects and related to overall competitiveness both as a whole and in all following aspect: organization learning, productivity, customer relation, technology sourcing, knowledge management, and entrepreneurship orientation.

In conclusion, the business alliance effectiveness positively effected and related to competitiveness of Thai's tourist agency business. Therefore, the entrepreneurs of tourist agency business should implement the information from this study into practice of the organization development, planning, improvement of management and administration in order to be able to compete and adjust to changes in the future which have effect on organization management and lead to effectiveness and achievement.

