

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของ ผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาด ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย
นักศึกษา	นายสรวิศ ปิ่นรัตนานนท์
รหัสนักศึกษา	521532044619 - 7
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2555
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในประเทศไทย จำนวน 4,516 องค์กร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 356 องค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีทุนจดทะเบียนสูงกว่า 5,000,000 บาท มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 5 - 10 ปี จำนวนพนักงานมากกว่า 15 คน กลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ การทดสอบสมมติฐานพบว่าความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทยทางตรงเท่ากับ .336 และทางอ้อมโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเท่ากับ .237 และความสามารถของผู้ประกอบการส่งผลความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่ากับ .873

คำสำคัญ : ความสามารถของผู้ประกอบการ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ความสำเร็จทางการตลาด

<b>Thesis Title</b>	<b>Competitive Advantage and Entrepreneurship Effect to Marketing Success of Thailand Tourism Business</b>
<b>Student</b>	<b>Mr.Soravit Pinrattananon</b>
<b>Student ID.</b>	<b>521532044619 - 7</b>
<b>Degree</b>	<b>Master of Business Administration</b>
<b>Faculty</b>	<b>Business Administration</b>
<b>Academic year</b>	<b>2012</b>
<b>Thesis Advisor</b>	<b>Assistant Professor Dr.Saowaluk Jitnom</b>

### **ABSTRACT**

The purposes of this applied research were to study factors that effect in the marketing success of Thailand tourism business. The samples were 356 tourism companies from the total population of 4,516 tourism companies in Thailand. The tool used in collecting data was questionnaires. The statistic used in analyzing the data were descriptive statistics and path analysis at the significant level of 0.05. The research found that most of the sampling companies are limited partnership corporations which have registered capital of more than 5,000,000 baht, operating period 5 – 10 years, and have more than 15 employees. Their main customers are foreign tourists. The result of research hypothesis testing was the entrepreneurship effects in marketing success of Thailand tourism business. This result was divided into direct effect of 0.336 and indirect effect through competitive advantage. The competitive advantage has also direct effect in marketing success of tourism business in Thailand equal (.237). The entrepreneurship effect to competitive advantage equal .873

**Key Word : Entrepreneurship, Competitive advantage, Market Success**