

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

ความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการ
รถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน - เหนือ

**Readiness in Service Providing to Support the Entering into ASEAN Community
of Entrepreneurs Operating Air-Conditioned Buses, the Northeast and
North Lines**

อนุชิตา พลายอยู่วงศ์ (Anuchida Plyouwong)* นิตนา ฐานิตชนกร (Nittana Tarnittanakorn)**

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ประกอบการและผู้บริหารรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือในสถานขนส่งหมอชิต (จตุจักร) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.961 จำนวน 210 ชุด ในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการและผู้บริหารรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ด้านการควบคุมดูแลและมอบหมายงาน ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบลูกค้า ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ตามลำดับ โดยร่วมกันทำนายความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ได้ร้อยละ 81.4 ส่วนปัจจัยสมรรถนะผู้บริหารด้านความเป็นผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านการสร้างแรงจูงใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และด้านความใส่ใจ ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ

คำสำคัญ สมรรถนะผู้บริหาร คุณภาพการบริการ สื่อสังคมออนไลน์ ความพร้อมในการให้บริการ

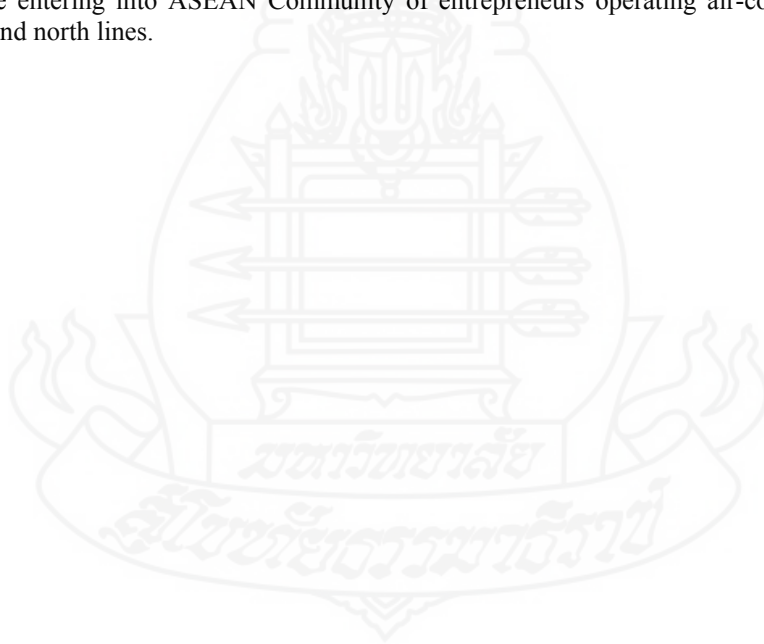
* นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Nangmarn_sx@hotmail.com

** อาจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ nittana.s@bu.ac.th

Abstract

This survey research aimed to study the factors of managerial competency, service quality, human resource development, and marketing to support the entering into ASEAN Community affected the readiness for service providing to support the entering into ASEAN Community of entrepreneurs operating air-conditioned buses, the northeast and north lines. The population in the study was entrepreneurs and executives of air-conditioned bus companies, the northeast and north lines. Close-ended questionnaires with the reliability of 0.961 were utilized to collect data from 210 samples. Descriptive statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and inferential statistics for hypothesis test were multiple regression analysis.

The results revealed that factors affecting the readiness for service providing to support the entering into ASEAN Community of entrepreneurs operating air-conditioned buses, the northeast and north lines, with statistical significance at .05 level were the managerial competency factor in terms of supervisory assignments, the marketing factor for entering into ASEAN Community in terms of place, the service quality factor in terms of customer responsiveness, the human resource development factor, and the marketing factor for entering into ASEAN Community in terms of sales promotion and people, respectively. These factors predicted the readiness for service providing to support the entering into ASEAN Community of entrepreneurs operating air-conditioned buses, the northeast and north lines of 81.4 percent. As for the managerial competency factor in terms of leadership, planning, and motivation, the service quality factor in terms of reliability, assurance, tangibles and empathy, the online social media factor, and the marketing factor for entering into ASEAN Community in terms of product, price, physical evidence, and process did not affect the readiness for service providing to support the entering into ASEAN Community of entrepreneurs operating air-conditioned buses, the northeast and north lines.



Keywords: Managerial competency, Service quality, Online social media, Readiness of service providing

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

บทนำ

“ประชาคมอาเซียน” (ASEAN Community) เป็นเป้าหมายการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียน ภายในปี 2558 จำนวน 10 ประเทศ อันได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย บรูไน เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา ที่มีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกันเพื่อสร้างศักยภาพในการต่อรองกับประเทศคู่ค้าในภูมิภาคอื่นๆ ทำให้อาเซียนเป็นสังคมที่มีเอกภาพ เอื้ออาทรต่อกัน มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีการพัฒนาในทุกด้านเพื่อให้เกิดความมั่นคงของสังคม (ปาริย์ รุจิแสง, 2555) ทั้งนี้ เพื่อสร้างประชาคมที่มีความแข็งแกร่งมีความร่วมมือและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในทุกด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และการบริหาร เพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศทุกด้าน ตลอดจนการปรับปรุงการขนส่งและการคมนาคม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น พัฒนาการเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ภายใต้กรอบความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียน (อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ, 2556) เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่น่ายกย่องได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก ดังเช่นปี พ.ศ. 2556 เดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10,688,133 คน น่ายกย่องได้เข้าสู่ประเทศ 476,826.80 บาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว, 2556) ดังนั้นภาครัฐและเอกชน จึงมีแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย การขนส่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การขนส่งยังเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของคนเรา เป็นอย่างยิ่ง การขนส่งเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่มีผลกระทบในหลายๆ มิติ เช่น มิติการอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในมิติของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีกด้วย (บุรัสกร สุภานี, 2555: 1) ดังนั้นระบบขนส่งผู้โดยสารทั้งด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านความสะดวกปลอดภัย และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จึงควรได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปิดประตูสู่อาเซียน

ประเทศไทยได้มีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการรถทัวร์ปรับอากาศทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน การเดินทางด้วยรถทัวร์ปรับอากาศ ภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นตัวชี้วัดความเจริญและคุณภาพการดำเนินชีวิตของคนในประเทศนั้นๆ จากภาวะความถดถอยของระบบเศรษฐกิจทั้งภายในและนอกประเทศ ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องมีการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อรองรับกับโลก

ในยุคอนาคต สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า “สังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจควรที่จะสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการดำเนินกลยุทธ์แบบผลักและดึงเพื่อใช้เป็นสื่อกลาง ในการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท สินค้า หรือบริการ ตลอดจนใช้เป็นสื่อกลางในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมาย เพื่อรับข้อวิจารณ์หรือรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและประหยัดที่สุด” (นิตนา ฐานิธรนกร, 2554: 178)

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4 The 4th STOU Graduate Research Conference

จากปัญหาของการขนส่งผู้โดยสารในปัจจุบัน ทั้งด้านการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพของบุคลากร ระบบงานที่ขาดความชัดเจน และด้านความปลอดภัยที่เป็นเรื่องสำคัญต่อชีวิตผู้โดยสาร จากสถิติรถทัวร์ปรับอากาศประสบอุบัติเหตุครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นระหว่างปี 2556-2557 ซึ่งก่อให้เกิดการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสารและผู้ประกอบการธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ ผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศจึงควรเร่งปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีความน่าเชื่อถือ สร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่ผู้โดยสาร เพื่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 และเป็นโอกาสครั้งสำคัญของธุรกิจไทย รวมถึงธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ที่สามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดอาเซียนได้ ผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน “เพื่อให้ธุรกิจสามารถก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงในอนาคตอย่างยั่งยืน โดยใช้ทักษะทางธุรกิจของผู้ประกอบการผนวกเข้ากับเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ทำให้ผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนที่เกื้อกูลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม” (นิตนา ฐานิตกร, 2553: 18)

ในการศึกษานี้จึงเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมในการให้บริการของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ในปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยการพัฒนานุเคราะห์ ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ในการพัฒนาธุรกิจเข้าสู่ตลาดอาเซียน เพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการบริการ และสำหรับผู้ประกอบการที่เข้ามาทำธุรกิจนี้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบการให้บริการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ พัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน และการวางแผนด้านการตลาดของธุรกิจการให้บริการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยการพัฒนานุเคราะห์ ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามปลายปิดที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ จำนวน 3 ท่าน และการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) จำนวน 40 ชุด พบว่ามีค่า

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4

The 4th STOU Graduate Research Conference

สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง .680 - .920 แสดงว่า แบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี-สูง และสามารถนำไปใช้ได้ (Nunnally, 1987) และหลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 210 ชุด มีการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถามอีกครั้ง พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.961

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการและผู้บริหารดาวน์ทาวน์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ในสถานีส่งหมอนิด (จตุจักร) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยการทดสอบแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด และคำนวณค่า Partial R^2 เพื่อนำไปประมาณขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1.7 ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1997) ผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากนักวิจัยจำนวนมาก สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างให้ถูกต้องและทันสมัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) จากการประมาณขนาดตัวอย่าง โดยมีตัวแปรทำนายเท่ากับ 18 ตัวแปร มีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.1036824 ค่าความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง (α) เท่ากับ 0.15 มีอำนาจการทดสอบ ($1 - \beta$) เท่ากับ 0.85 (Cohen, 1962) จึงได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 172 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดตัวอย่างรวมทั้งสิ้นเป็น 210 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยนำรายชื่อบริษัทดาวน์ทาวน์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือที่เปิดดำเนินการในสถานีส่งหมอนิด (จตุจักร) ทั้งหมดมาจับสลากเพื่อเลือกสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหารดาวน์ทาวน์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ จำนวน 210 ตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงแจกแบบสอบถามกับกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหารดาวน์ทาวน์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ในสถานีส่งหมอนิด (จตุจักร) จนครบจำนวนที่กำหนดไว้

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สัดส่วนของเพศชายและเพศหญิง คือ ร้อยละ 62.4 และ 37.6 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 42.9 ซึ่งส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.2 มีรายได้ต่อเดือน เดือนละ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.3 และมีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.0

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากการตรวจสอบ Multicollinearity ก่อนการใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 2.334 – 4.783 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2013: 590) และผลการศึกษาความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการดาวน์ทาวน์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (ดังตารางที่ 1) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการดาวน์ทาวน์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ด้านการควบคุมดูแลและมอบหมาย

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

งาน (Sig=.001) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบลูกค้า (Sig=.001) ปัจจัยการพัฒนานวัตกรรม (Sig=.012) ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Sig=.009) ด้านส่งเสริมการตลาด (Sig=.024) ด้านบุคลากร (Sig=.040) ในขณะที่ปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ด้านความเป็นผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านการสร้างแรงจูงใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ

ตารางที่ 1: ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ค่าคงที่และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ปัจจัย	ความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ					
	B	S.E.	Beta	t	Sig.	VIF
ค่าคงที่	-.129	.247		-.521	.603	
1. สมรรถนะผู้บริหาร						
- ความเป็นผู้นำ	.151	.085	.135	1.784	.076	3.211
- การวางแผน	-.142	.009	-.126	-1.438	.152	4.251
- การสร้างแรงจูงใจ	-.129	.084	-.127	-1.539	.125	3.826
- การควบคุมดูแลและมอบหมายงาน	.322	.096	.311	3.351*	.001	4.783
2. คุณภาพการบริการ						
- ความน่าเชื่อถือ	.085	.096	.072	.883	.378	3.740
- ความมั่นใจ	-.160	.101	-.141	-1.580	.116	4.436
- สิ่งที่สามารถจับต้องได้	.076	.088	.069	.862	.390	3.532
- ความใส่ใจ	-.156	.091	-.135	-1.714	.088	3.499
- การสนองตอบลูกค้า	.204	.080	.180	2.562*	.011	2.762
3. การพัฒนานวัตกรรม	.161	.063	.180	2.539*	.012	2.881
4. สื่อสังคมออนไลน์	.094	.076	.088	1.243	.215	2.832
5. การตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน						
- ผลิตภัณฑ์	-.156	.091	-.127	-1.718	.087	3.165
- ราคา	.074	.091	.064	.814	.417	3.495
- สถานที่จัดจำหน่าย	.231	.088	.194	2.634*	.009	3.103
- ส่งเสริมการตลาด	.126	.055	.146	2.276*	.024	2.334
- บุคลากร	.147	.071	.143	2.069*	.040	2.759
- ลักษณะทางกายภาพ	-.029	.087	-.026	-.337	.736	3.279
- กระบวนการให้บริการ	.154	.084	.135	1.847	.066	3.009

$R^2 = .814$, $F = 20.799$, $p < .05$

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ พบว่า ปัจจัยสมรรถนะผู้บริหารด้านการควบคุมดูแลและมอบหมายงาน ($\beta = .311$) มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\beta = .194$) ปัจจัยการพัฒนาบุคลากร ($\beta = .180$) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบลูกค้า ($\beta = .180$) ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านส่งเสริมการตลาด ($\beta = .146$) ด้านบุคลากร ($\beta = .143$) ตามลำดับ โดยร่วมกันทำนายความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ได้ร้อยละ 81.4 ($R^2 = .814$)

5. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือในครั้งนี้ ได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎี และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเพื่ออธิบายสมมติฐานและวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

5.1 ปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ด้านการควบคุมดูแลและมอบหมายงานมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผู้บริหารให้การส่งเสริมสนับสนุนผู้อื่นหรือทีมงานของตนเองรวมถึงสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของทีมงาน ให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และสร้างบรรยากาศในการทำงาน และสามารถมอบหมายอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบให้กับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสมตามศักยภาพของผู้รับมอบหมาย ตลอดจนผู้บริหารสามารถสร้างเครื่องมือหรือแนวทางการให้คำแนะนำในการทำงาน หรือวิธีการสอนงานที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมแก่พนักงานได้ โดยให้ความสำคัญกับการมอบหมายงานโดยอธิบายขั้นตอนการทำงานให้กับผู้อื่นให้เข้าใจได้ และดูแลให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา มหาเกตุ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะผู้บริหารผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการบริหารตามกระบวนการเรียนรู้ด้านการเรียนการสอนของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านการควบคุม ดูแลและมอบหมายงาน ส่งผลต่อการบริหารงานตามกระบวนการเรียนรู้ด้านการเรียนการสอนของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี มากที่สุด เกิดการเอื้ออำนวยให้เกิดการบริหารตามกระบวนการเรียนรู้ด้านการเรียนการสอนส่งผลในการพัฒนาการเรียนรู้ให้มีศักยภาพและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงสุด

ส่วนปัจจัยสมรรถนะผู้บริหารที่ไม่มียิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสร้างแรงจูงใจ ด้านความเป็นผู้นำ และด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้างต่อความคิดใหม่ๆ หรือการวาง

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4

The 4th STOU Graduate Research Conference

แผนการกำหนดกลยุทธ์ใหม่ๆ และไม่สามารถบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพหรือแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน และคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ รวมถึงไม่สามารถรับมือกับผลกระทบจากภายนอกได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ และแนวโน้มทางสังคม ทั้งในระดับนานาชาติและภายในประเทศ ตลอดจนไม่สามารถกำหนดตำแหน่งของธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในโลกธุรกิจปัจจุบัน แต่จะให้ความสำคัญกับเรื่องของกำไรและขาดทุนมากกว่า ฉะนั้น สมรรถนะผู้บริหารด้านการวางแผนจึงไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา มหาเกตุ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะผู้บริหารผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการบริหารตามกระบวนการทัศน์ด้านการเรียนการสอนของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี พบว่า การวางแผนคิดวิเคราะห์ไม่ส่งผลหรือส่งผลน้อยมากต่อการบริหารตามกระบวนการทัศน์ด้านการเรียนการสอน ทั้งนี้เป็นเพราะมุมมองของผู้บริหารส่วนใหญ่มองว่า ทั้งสองด้านมีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงต้องมีการปรับเปลี่ยนการบริหารเพื่อความเหมาะสม และความสามารถในการสร้างแรงจูงใจส่งผลต่อการบริหารในระดับต่ำสุด ทั้งนี้เป็นเพราะมุมมองของผู้บริหารส่วนใหญ่เล็งเห็นว่า สมรรถนะผู้บริหารด้านการสร้างแรงจูงใจ ผู้บริหารปฏิบัติสม่ำเสมออยู่แล้ว จึงต้องปรับเปลี่ยนการบริหารบางอย่างเพื่อความเหมาะสมในการบริหารจัดการ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของสมภาร สุวโรคา (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารการศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารการศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า พนักงานบริการมีการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงที รวมถึงสามารถวางแผนการปฏิบัติต่อผู้ให้บริการได้ทุกระดับเสมอกัน ฉะนั้น คุณภาพการบริการด้านการสนองตอบลูกค้า จึงมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของจุรีพร ทองทะวัย (2555) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้จ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing) พบว่า ประเภทการบริการ การสนองตอบลูกค้าและการประกันคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการภายนอกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการให้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงาน

ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ได้แก่ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ และด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของกฤติยา ไตรรัตน์ และนิธนา ฐานิธรนกร (2556) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณค่าตราสินค้า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามแต่ละแห่ง มีระดับการให้บริการต่อผู้บริโภคคล้ายคลึงกัน ผู้บริโภคจึงเห็นว่า

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4

The 4th STOU Graduate Research Conference

การเข้ารับบริการเสริมความงามจะต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนและเหมือนเดิมทุกครั้งที่ได้รับบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวรรณ ภู่อุบลสุข และนิศนา ฐานิธรนกร (2556) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าในศูนย์การค้าอินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าสินค้าในศูนย์การค้าอินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้จากการสื่อสารด้านตราสินค้าของการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ของศูนย์การค้าอินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ กรุงเทพมหานครนั้น มีเจตนาเพียงเพื่อแสดงถึงคำมั่นสัญญาของการให้บริการในรูปแบบต่างๆ แก่ผู้ใช้บริการ แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของภักวรินทร์ ไตรวงษ์โชติ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศไทยและลาว พบว่า การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยเฉพาะ คุณภาพการบริการของไทยสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และหากพิจารณาค่าเฉลี่ยในทุกมิติ พบว่า ค่าเฉลี่ยของไทยสูงกว่าลาวทุกมิติแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้บริการไทยมีคุณภาพการบริการดีกว่าผู้ให้บริการลาวในทุกมุมมองของผู้ใช้บริการ และขัดแย้งกับงานวิจัยของอุไรวรรณ จันทจักรนิญ (2555) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการหรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ

5.3 ปัจจัยการพัฒนานุคลากรมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการ- การรุดทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า พนักงานผู้ให้บริการของบริษัทได้รับการอบรมด้านกิริยามารยาทให้แสดงออกถึงความสุภาพการยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาด้วยถ้อยคำและน้ำเสียงสุภาพ นอกจากนี้ พนักงานบริการได้มีโอกาสฝึกฝนด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษหรือภาษาอาเซียน เพื่อสะดวกต่อการติดต่อสื่อสาร และมีการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประเทศอาเซียนเพิ่มเติม เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรม ค่านิยมประเพณี หรือเรียนรู้เกี่ยวกับอาเซียน กฎระเบียบต่างๆ โดยบริษัทเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานโดยการให้พนักงานเข้าอบรมการใช้ภาษาหรือการเข้าฟังบรรยายการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และมีการอบรมให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น การตอบคำถาม ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัฐชนันท์ กาญจนศิลาพันธ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนานุคลากรในงานโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การวางแผนการพัฒนานุคลากรนั้นควรเน้นการปลูกฝังการทำงานด้วยจิตวิญญาณและใจรักในงานบริการ ส่วนแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาควรเน้นการพัฒนาภาษาอังกฤษมากที่สุด โดยแนะนำให้มีการจัดการเรียนการสอนและทดสอบ TOEIC และภาษาอื่นๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ รวมถึงการมีนโยบายการบริหารที่ส่งเสริมให้บุคลากรได้ออกไปอบรมภายนอกเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

5.4 ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรุดทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้โดยสารส่วนใหญ่ของบริษัทไม่

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4

The 4th STOU Graduate Research Conference

นิยมใช้ Facebook, Line ในการติดต่อกับทางบริษัท ซึ่งบริษัทได้จัดทำเว็บไซต์ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเพื่อความสะดวกแก่ผู้โดยสารในการติดต่อกับบริษัท ผู้ประกอบการจึงไม่ให้ความสำคัญในเรื่องสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line ฯลฯ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความขัดแย้งกับงานวิจัยของ กษิดิเดช หาญวีระพล และนิธนา ฐานิธรนกร (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ให้บริการที่พัฒนารูปแบบเกสต์เฮาส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรีประชาคมอาเซียนของผู้ให้บริการที่พัฒนารูปแบบเกสต์เฮาส์ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ใช้บริการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, My Space, Instagram เป็นต้น ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับลูกค้าได้หลายช่องทาง รวมทั้งใช้ในการนำเสนอข้อมูลที่พาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบคำถามลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

5.5 ปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอังศุมาลิน รัตนบุญชูชัย และนิธนา ฐานิธรนกร (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มยอดขายของร้านวัสดุก่อสร้างร้าน ABC พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเพิ่มยอดขายของธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างร้าน ABC กล่าวคือ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ร้านค้าสามารถให้ส่วนลดที่มากขึ้นในกรณีซื้อสินค้าจำนวนมาก และร้านค้าให้ส่วนลดสินค้าได้ตามที่ลูกค้าพอใจ และความสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินุช ปัญญากิจฉัตร และนิธนา สุริศักดิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านบุคลากรส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฟอกหนังของไทย เมื่อผู้ผลิตมีช่องทางการจัดจำหน่ายให้สามารถเข้าถึงผู้จัดจำหน่ายจะส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฟอกหนังของไทยมียอดขายผลิตภัณฑ์หนึ่งปีสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นได้ และผู้ประกอบการมีการอบรมทักษะในการบริการให้แก่บุคลากรเพิ่มมากขึ้น มีการปลูกจิตสำนึกและทัศนคติที่ดีในการให้บริการลูกค้า ทำให้มียอดขายหนึ่งปีสำเร็จรูปเพิ่มมากขึ้น สำหรับปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของสิริกุล พรหมชาติ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของบริษัท 407 พัฒนา จำกัด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจด้านราคาค่าโดยสารอยู่ในระดับน้อย และความสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินุช ปัญญากิจฉัตร และนิธนา สุริศักดิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฟอกหนังของไทย ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอาจจะมีผลต่อยอดขายเพียงช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย ยังคงเน้นรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าหรือลูกค้าเดิมที่เคยทำการค้ากันนับเป็นเวลายาวนาน

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้ทางธุรกิจ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ด้านการควบคุมดูแล และมอบหมายงาน มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ หรือธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยสมรรถนะผู้บริหาร ด้านการควบคุมดูแลและมอบหมายงาน โดยผู้บริหารต้องให้การส่งเสริมหรือสนับสนุนผู้อื่นหรือทีมงานของตนเอง รวมถึงสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของผู้อื่น ช่วยเหลือ ส่งเสริม และสร้างบรรยากาศในการทำงาน สามารถมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสมตามศักยภาพของผู้รับมอบหมาย และที่สำคัญต้องมอบหมายงานโดยอธิบายขั้นตอนการทำงานให้กับผู้อื่นให้เข้าใจได้ และดูแลให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ หรือธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะด้านสถานที่จัดจำหน่าย ควรให้มีสถานที่จำหน่ายตั๋วที่ใกล้กับแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายตั๋วโดยสารมีความเพียงพอต่อความต้องการของผู้โดยสาร ผู้บริหารควรมีการวางแผนขยายสาขา ภายในประเทศและประเทศอาเซียนหรือในพื้นที่ที่ผู้โดยสารชาวต่างชาติสามารถมาซื้อตั๋วได้อย่างสะดวก รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการสนองตอบลูกค้าและการพัฒนาบุคลากร โดยควรให้พนักงานได้รับการอบรมด้านกริยามารยาทให้แสดงออกถึงความสุภาพ การยิ้มแย้มแจ่มใส หรือการพูดจาด้วยถ้อยคำและน้ำเสียงสุภาพ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประเทศอาเซียนเพิ่มเติม เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรม ค่านิยม ประเพณี และเรียนรู้เกี่ยวกับอาเซียน กฎระเบียบต่างๆ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งบริษัทควรเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานโดยการให้พนักงานเข้าอบรมการใช้ภาษาหรือการเข้าฟังบรรยายการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พนักงานควรมีความเต็มใจที่จะบริการและสามารถสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ พนักงานต้องมีการวางแผนการปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเพื่อความทั่วถึง และพนักงานมีความใส่ใจและสนใจในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการทุกระดับ

6.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเรื่องความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการและผู้บริหารรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษารถทัวร์ปรับอากาศระหว่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจมีความน่าสนใจเป็นเส้นทางใหม่ที่ภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสนใจที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจ และปัจจุบันมีเส้นทางใหม่ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศในอาเซียน เช่น สะพานไทย-ลาว ทำให้รถทัวร์ปรับอากาศระหว่างประเทศสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจได้อย่างสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ ควรทำการศึกษา

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่อาจส่งผลต่อความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค แรงจูงใจที่เกิดพฤติกรรมการใช้บริการรถทัวร์ปรับอากาศสายอีสาน-เหนือ เพื่อนำมาพัฒนาด้านกลยุทธ์และงานด้านการบริการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤติยา ไตรรัตน์ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2556). การศึกษาอิทธิพลของคุณค่าตราสินค้าการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ครั้งที่ 2* (หน้า 391). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กษิดิ์เดช หาญวิระพล และนิตนา ฐานิตชนกร. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ให้บริการที่พักรูปแบบเกสต์เฮาส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ครั้งที่ 2* (หน้า 36). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จตุพร ทองทะวัก. (2555). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs): กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (*Application Development Outsourcing*). วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2553). แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ. ในการนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2555 (หน้า 11). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- นิตนา ฐานิตชนกร. (2553). การประกอบการเพื่อสังคม: นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่. *วารสารนักบริหาร*, 30(4), 16-20.
- นิตนา ฐานิตชนกร. (2554). Social Media: กลยุทธ์แบบผลึกและคิงสำหรับผู้ประกอบการ. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 178-182.
- บุรศกร สุภาษี. (2555). เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งทางบกกระหว่างบริษัท นครชัยแอร์ และบริษัทสมบัติทัวร์. สืบค้นจาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2555/Exer2555_no132.
- ปาริษฐ์ รุจิแสง. (2555). การเตรียมตัวด้านการศึกษาก่อนการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นจาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2555/Exer2555_no148.
- ภัทวดี อินทรวงษ์โชติ. (2556). การศึกษาประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider-LSP). *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 36, 465-475.

การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4
The 4th STOU Graduate Research Conference

- รุ่งนภา มหาเกตุ. (2554). สมรรถนะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการบริหารตามกระบวนการทศน์ด้านการเรียนการสอนของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา ปีการศึกษา 2554. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิรินุช ปัญกิจฉาน และนิตนา สุริศักดิ์. (2553). การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย. *BU Academic Review*, 9 (ฉบับพิเศษ 1), 167.
- สมมาตร สุโรคา. (2553). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารการศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิริกุล พรหมชาติ. (2552). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของบริษัท 407 พัฒนา จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาวรรณ ภูสกุลสุข และนิตนา ฐานิตชนกร. (2556). คุณภาพบริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าในศูนย์การค้า อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ กรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2556 ครั้งที่ 2 (หน้า 512-524). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อังศุมาลิน รัตนบุญชูชัย และนิตนา ฐานิตชนกร. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มยอดขายของร้านวัสดุก่อสร้าง ABC. ใน การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 24 (หน้า 1099-1111). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อากม เต็มพิทยาไพสิฐ. (2556). เส้นทางประเทศไทยสู่ประชาคมอาเซียน. สืบค้นจาก http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/annual_meet/56/M/NESDBYearend13_M002.pdf.
- อุไรวรรณ จันทเจริญวงศ์. (2555). คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 2(1), 73-84.
- Cohen, J. (1962). The statistical power of abnormal-social psychological research: A review. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65(3), 145-153.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic Press.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods* (9th ed.). Singapore: Cengage Learning.