ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTOR AFFECTING RISK MANAGEMENT OF THAILAND'S TOURISM BUSINESS IN BANGKOK

วรีสา ตรงคง[1]
อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์[2]

Received 14 March 2019
Revised 17 April 2019
Accepted 26 April 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาปัจจัยความเสี่ยงภายในที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 360 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบสูงต่อการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ คือ ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ ได้แก่ มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยวและพาชมสถานที่ท่องเที่ยว และด้านเศรษฐกิจ และการเงิน ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลก ปัจจัยความเสี่ยงภายในไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

คำสำคัญ: การจัดการความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง COSO ธุรกิจนำเที่ยว

[1] 1 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 ม.1 ถ.รังสิต-นครนายก ต.คลองหก อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110 E-mail: vareesa.t@mail.rmutt.ac.th
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Abstract

This is quantitative research. The purposes of this research were to: 1) study general information of business factors affecting risk management of Thailand's tourism business in Bangkok, 2) study external factors effecting risk management of Thailand's tourism business in Bangkok, and 3) study internal factors effecting risk management of Thailand's tourism business in Bangkok. The sample size of the used of 360 entrepreneurs tourism business in Bangkok. The instrument used for this research was questionnaires. Statistics used for the data analysis were mean, percentage, standard deviation, and Multiple Regression Analysis Frequency at the statistically significant difference 0.05.

The result of the study were: The risk management of tourism business in Bangkok was at a high level. The significant factors affecting risk management were morality and ethics, including a tour guide without a tourism license. Another factor was economy and finance, including currency exchange rates. The internal factors did not affect the risk management.

Keyword: risk management, COSO framework, tourism business

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีมาอย่างยาวนานในอดีตจนถึงปัจจุบัน มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งที่ผ่านมานั้นการท่องเที่ยวมีความเจริญเติบโตขึ้นมาตลอด ตัวอย่างเช่น สภาการท่องเที่ยวและการเดินทางโลก (WTTC) มีการรายงานถึงผลกระทบของการเดินทางและการท่องเที่ยว พ.ศ. 2558 ว่าใน พ.ศ. 2557 การท่องเที่ยวได้มีผลกระทบต่อ GDP ของไทยโดยตรง เท่ากับ 1,037.3 พันล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 ของ GDP รวมของประเทศ (WTTC, 2015 น.1 อ้างถึงใน นิศศา ศิลปเสรฐ, 2560)

และในช่วงปี 2558-2560 มีอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเกือบเป็น 12% ต่อ GDP (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงาน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นต้น เนื่องจากมีความมั่นคง การพัฒนา และการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และจำนวนนักท่องเที่ยวยังมีการเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ทำให้ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวก็ขยายธุรกิจเพิ่มเพื่อการรองรับการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวและบริการในการจัดโปรแกรมและนำเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การให้บริการทางด้านการท่องเที่ยว นับเป็นเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจ้างงานในประเทศต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ (ธัญชนก แววแก้ว, 2557) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการกระจายรายได้ จำนวนนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ วิธีป้องกันและแก้ไขปัญหาประการหนึ่ง คือ นโยบายการควบคุมธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีแนวทางปฏิบัติเดียวกัน ในรูปของการออกข้อบังคับเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมต่อการดำเนินงาน แต่ในช่วงที่ผ่านมาธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวไทยได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ไม่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพหลอกขายทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยไม่มีธุรกิจอยู่จริง สร้างความเดือนร้อนให้กับนักท่องเที่ยวที่ซื้อทัวร์ แต่ไม่สามารถเดินทางได้

ในส่วนของมัคคุเทศก์ที่ไม่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพก็มีการเข้ามานำเที่ยวอย่างผิดกฎหมาย โดยไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวและประกอบ ส่งผลให้เกิดการนำเที่ยวที่ไม่ถูกต้อง ไม่มีระเบียบ และการแย่งงานของอาชีพมัคคุเทศก์ในประเทศไทย (สุทธินี สุดใจ และ พินิจ ทิพย์มณี, 2556) ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทยประสบปัญหาชะลอตัวลง มีการร้องเรียนของผู้บริโภคที่ถูกโกงเงิน และถูกลอยแพ ซึ่งเป็นปัญหาที่เรื้อรังที่ยากจะแก้ไข จนกลายเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย

ดังนั้น การจัดการความเสี่ยงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างที่จำเป็นของการกำกับดูแลองค์การในลักษณะของการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) อย่างเป็นระบบ(Systematic Management) มีความยืดหยุ่นในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเป็นการบริหารที่ป้องปรามปัญหา (Preventive) ด้วยระบบแนวคิดที่มองไปสู่อนาคต และมีความคล่องตัวในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าตลอดจนเป็นแนวทางที่ครบวงจร (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2548)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัญหาด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงต้องการทราบกระบวนการหรือกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยง เพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงภายในที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คำว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นจะมีส่วนประกอบ 2 คำด้วยกัน คือ “อุตสาหกรรม” กับคำว่า “การท่องเที่ยว” ดังนั้นควรทราบความหมายของทั้ง 2 คำดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

คำว่า อุตสาหกรรม (Industry) หมายถึง การประกอบกิจกรรมโดยการนำปัจจัยในด้านการผลิต เช่น เงินทุน แรงงาน เครื่องมือ เครื่องจักร และการจัดการมารวมกัน เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างนึงที่มีคุณค่าต่อมนุษย์ ดังนั้นอุตสาหกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นในรูปแบบของโรงงานเท่านั้น แต่ยังมีอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งผลิตบริการที่อำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ส่วนคำว่าการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังที่อื่น โดยที่มิได้มีการถูกบังคับหรือว่าจ้างให้ไปสถานที่นั้น ๆ และเดินทางโดยยานพาหนะในระยะทางใกล้หรือไกลก็ได้
2. เดินทางโดยมีจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นการอยู่เป็นการชั่วคราว และต้องเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิม

3. ต้องมีความมุ่งหมายในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและหารายได้

ดังนั้น เมื่อนำทั้งสองคำมารวมกันเป็น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ก็จะสรุปว่าหมายถึง ธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือ ธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ ด้วยการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ เป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าทางจิตใจ เช่น ความสุข ความพึงพอใจ ความไม่ประทับใจ เป็นต้น

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างชัดเจน ด้วยความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ต่อการท่องเที่ยว โดยผ่านห่วงโซ่อุปทาน มีการรายงานถึงผลกระทบของการเดินทางและการท่องเที่ยว พ.ศ. 2558 ว่า ใน พ.ศ. 2557 การท่องเที่ยวได้มีผลกระทบต่อ GDP ของไทยโดยตรงเท่ากับ 1,037.3 พันล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 ของ GDP รวมของประเทศ (WTTC, 2015 น.1 อ้างถึงในนิศศา ศิลปเสรฐ, 2560) ด้านของความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะแบ่งเป็น ความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความสำคัญต่อสังคมการเมือง ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ด้านความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สรุปได้ 6 ประการคือ 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดเงินตราต่างประเทศ 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยในการสร้างเสถียรภาพเรื่องปัญหาการขาดดุลชำระเงิน 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่บุคลากรภายในประเทศ 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ 5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจโดยการนำทรัพยากรของประเทศในแต่ละท้องถิ่นมาผลิตสินค้าและบริการให้เกิดประโยชน์สูงที่สุด 6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการจำหน่าย เพราะประชากรโลกเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่การขนส่งก็สามารถบรรจุผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง

ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและการเมือง สรุปได้ 8 ประการคือ 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและคงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติเอาไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของมรดกเกิดความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมเหล่านั้น 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการศึกษาจากการเดินทางท่องเที่ยวและรับรู้จากประสบการณ์ได้ด้วยตนเอง 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวงด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้ที่ดีตามแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรส่วนเกินมาประดิษฐ์ ผลิตให้เป็นรายได้เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว 5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม คือ เมื่อท้องถิ่นใดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีความเป็นมืออาชีพ ส่งผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ทำให้ผู้ไม่หวังดีหรือศัตรูเข้าแทรกซึมบ่อนทำลายได้ยากขึ้น 6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของผู้คนในท้องถิ่นนั้นได้ดียิ่งขึ้นจากเดิมสืบเนื่องมาจากการกระจายรายได้ 7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสร้างความเจริญทางสังคมในท้องถิ่น เนื่องจากเมื่อมีการเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้าไปก็จะก่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ขึ้น เช่น การสร้างที่พักแรม ถนน ร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดสันติภาพและความสามัคคี กล่าวคือ เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ประชากรได้พบปะกัน มีการแลกเปลี่ยนทัศนคติ ทำความรู้จักกันมากขึ้น ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีงามซึ่งกันและกัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว

ศรัญยา วรากุลวิทย์ (2558, น.215) ได้กล่าวว่า ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) คือบุคคลใดหรือหน่วยงานที่ซื้อบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและนำผลิตภัณฑ์นั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้สนใจ การเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีความหลากหลายต่างกันออกไปในการไปแต่ละสถานที่ต่าง ๆ มีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการจัดรายการนำเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในราคาแบบเหมาจ่าย สามารถจำแนกประเภทธุรกิจนำเที่ยวได้หลายวิธี ดังนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548)

1. จำแนกตามลักษณะของการจัดบริการนำเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) ธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound Tour) และธุรกิจนำนักท่องเที่ยวในประเทศไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour)

2. จำแนกตามลักษณะและขอบเขตของการบริการ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวบริการแบบเหมารวม (Package Tour) ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการเฉพาะกลุ่ม (Group Intensive Tour) ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการอิสระ (Foreign Individual Tour and Domestic Individual Tour) และธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการในลักษณะพิเศษ (Specialty Intermediaries / Channelers)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวเป็นสาเหตุที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตามสภาพสถานการณ์ หรือสภาพธุรกิจท่องเที่ยวเป็นไปได้ทั้งผลกระทบทางบวกและทางลบ ซึ่งปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องที่ควรพิจารณามีดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ในที่นี้กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลที่มีส่วนในการเลือกซื้อบริการท่องเที่ยว และการตัดสินใจที่มีผลต่อการบริโภคซึ่งส่งผลต่อการธุรกิจท่องเที่ยว

2. ด้านการตลาด กระบวนการในการกำหนดการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองตามความต้องการให้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการ การตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาในการตลาดก็คือ เรื่องของเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย เป็นส่วนกระตุ้นให้ประชากรเกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. ด้านสังคม สังคมทางการท่องเที่ยวมีการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มใหญ่ มีการปฏิบัติและบอกเล่าจากประสบการณ์ต่อกัน โดยมีส่วนประกอบทางสังคมในการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ทัศนคติในการดำเนินชีวิตของประชาชน 2) โครงสร้างอายุประชากร 3) เชื้อชาติ 4) วัฒนธรรม 5) ศาสนา 6) ความปลอดภัยในร่างกายชีวิต และทรัพย์สินในสังคม ซึ่งส่วนประกอบเหล่านี้มีส่วนในการดำเนินชีวิตทั้งก่อนการตัดสินใจ และระหว่างการท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ๆ

4. ด้านการเมือง เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวติดตามสถานการณ์เนื่องจากการแข่งขันระหว่างกลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ ของพรรคการเมือง ส่งผลในเรื่องหลัก ๆ ก็คือ 1) กลุ่มอิทธิพลที่เป็นผู้ใช้อำนาจทางการเมืองเป็นบุคคลหรือคณะบุคคลที่มาจากการเลือกตั้งหรือการปฏิวัติภายในประเทศ 2) สถานการณ์การเมืองภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นสิ่งที่มีผลทางด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทาง 3) นโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หากรัฐบาลมีนโยบายที่จะกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5. ด้านเศรษฐกิจและการเงิน เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดอำนาจในการตัดสินใจของลูกค้าที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณาได้แก่ รายได้ของประชากร อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ภาษีอากร นโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล การรวมตัวกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่อาจจะเกิดทั้งในระดับประเทศหรือระดับภูมิภาค

6. ด้านกฎหมาย สุรินรัตน์ แก้วทอง (2557) กฎหมายที่มีผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวนั้นมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ในปัจจุบันมีการติดต่อทางธุรกิจอย่างกว้างขวาง มีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) มีทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ 1.ประเทศบรูไน ดารุสซาลาม 2.ประเทศกัมพูชา 3.ประเทศอินโดนีเซีย 4.ประเทศลาว 5.ประเทศมาเลเซีย 6.ประเทศเมียนมาร์ หรือพม่า 7.ประเทศฟิลิปปินส์ 8.ประเทศสิงคโปร 9.ประเทศไทย 10.ประเทศเวียดนาม ซึ่งการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศก็เพิ่มขึ้น เช่น ด้านการเงิน ด้านการขนส่งทางทะเลและทางอากาศ ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และยังรวมไปถึงด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะต่อประเทศไทย มีการลดการกีดกันทางการค้าเพื่อส่งสริมธุรกิจของแต่ละประเทศ ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศมากขึ้น มีสถานที่สำคัญที่เป็นสิ่งดึงดูดใจสำหรับการท่องเที่ยว ทำให้มีการจ้างงานและการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จึงเป็นตัวสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่เมื่อมีการเปิดให้นักลงทุนในประเทศสมาชิกสามารถถือหุ้นธุรกิจบริการโดย กรอบความตกลงอาเซียนด้านการค้าและการบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) ในด้านบวกจะทำให้นักลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้านมีโอกาสลงทุนมากมีความเข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่ในขณะเดียวกันนั้นการแข่งขันก็ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

7. ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ การประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม จะต้องมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจโดยการคำนึงถึงผู้บริโภค บุคลากรร่วมทางธุรกิจ และสังคมอย่างเป็นธรรม หากไม่มีการคำนึงก็อาจจะทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องได้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง

กระบวนการจัดการความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญอย่างมากในการจัดการความเสี่ยง เป็นการจัดระบบขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาความเสี่ยงไม่ให้ส่งผลกระทบกับองค์กร การบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน The Committee of Sponsoring Organizations of The Treadway Commission (COSO) มีองค์ประกอบ 8 ประการ ครอบคลุมแนวทางการกำหนดนโยบายการบริหารงาน การดำเนินงาน และการบริหารความเสี่ยง ดังนี้ การบริหารจัดการความเสี่ยง ERM และ COSO (ERM Thailand, 2011)

1. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) สภาพแวดล้อมขององค์กรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในการกำหนดกรอบบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ เช่น วัฒนธรรมองค์กร นโยบายของผู้บริหาร แนวทางการปฏิบัติงานบุคลากร กระบวนการทำงาน ระบบสารสนเทศ ระเบียบ เป็นต้น

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) องค์กรต้องพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารความเสี่ยง ให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์และความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ เพื่อวางเป้าหมายในการบริหารความเสี่ยงขององค์กรได้อย่างชัดเจน และเหมาะสม

3. การบ่งชี้เหตุการณ์ (Event Identification) เป็นการรวบรวมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับหน่วยงานทั้งในส่วนของปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากภายในและภายนอกองค์กร เพื่อพิจารณากำหนดแนวทางและนโยบายในการจัดการกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

4. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) การประเมินความเสี่ยงเป็นการจำแนก และพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่มีอยู่ โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact)

5. การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response) เป็นการดำเนินการหลังจากที่องค์กรสามารถบ่งชี้ความเสี่ยงขององค์กร และประเมินความสำคัญของความเสี่ยงแล้ว โดยนำความเสี่ยงมาปรับ จัดกระบวนการลดความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อลดความสูญเสียหรือโอกาสที่จะเกิดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้

6. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) การกำหนดกิจกรรมและการปฏิบัติต่าง ๆ ที่กระทำเพื่อลดความเสี่ยง และทำให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

7. สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) องค์กรจะต้องมีระบบสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปพิจารณาดำเนินการบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปตามกรอบ และขั้นตอนการปฏิบัติที่องค์กรกำหนด

8. การติดตามประเมินผล (Monitoring) องค์กรจะต้องมีการติดตามผลเพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินการว่ามีความเหมาะสมและสามารถจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่นำมาประยุกต์ในการวิเคราะห์ร่วมกันเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง ตัวอย่างเช่น โชติอาภาณ์ พัฒนาวงษ์ชัยกุล และชื่นจิตร อังวราวงศ์ (2560) ศึกษาเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO ของกองคลัง เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ลีลาศ คุณฟอง (2557) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบแนวคิด COSO-ERM กรณีศึกษา: บริษัท เด สเต โค (เอเชีย) วุฒิพันธ์ สันติมิตร (2557) ศึกษาเรื่อง การจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พรรณนุช ชัยปินชนะ และณัฏฐ์ปาลิดา ศรีคาหน้อย (2560) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงองค์กรของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และนิสิตภาควิชาศิลปาชีพ (2559) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกนอกประเทศและนำเที่ยวเข้าในประเทศ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวและพบว่าปัจจัยเสี่ยงที่เหมือนกันมีทั้งความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน ทั้งปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งจากผลการวิจัยแต่ละองค์กรมีแนวทางในการจัดการความเสี่ยงหรือการบริหารความเสี่ยงอยู่ในระดับมากต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

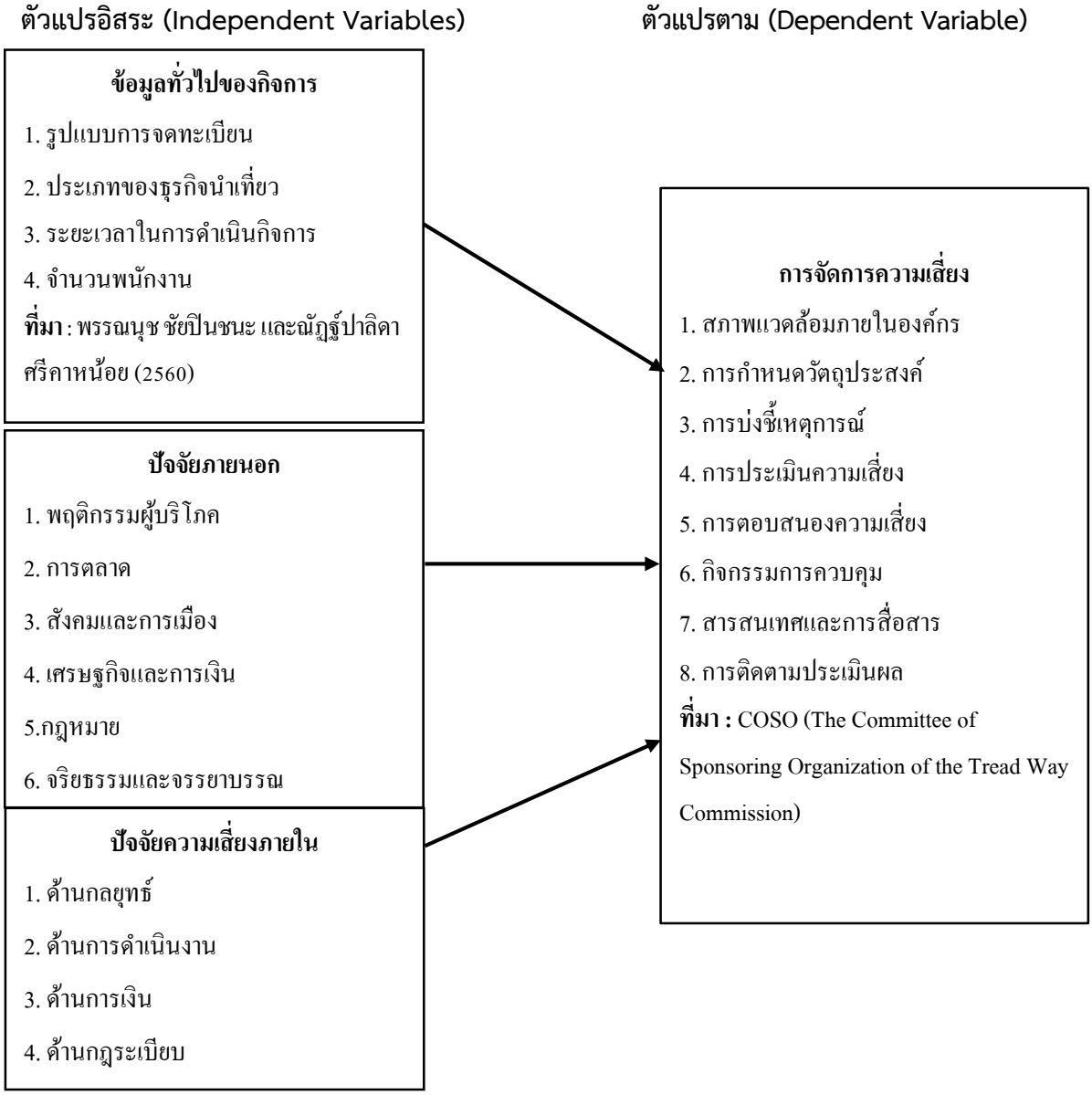
ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และเริ่มทำการเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2561 โดยผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 356.42 ตัวอย่าง และเพื่อเป็นการลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงสำรองตัวอย่างไว้เพิ่มอีก 4 ตัวอย่าง ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 360 ตัวอย่าง

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. เพื่อจะได้ทราบถึงการจัดการเพื่อลดความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้น
2. เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

3. ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น ไม่ก่อให้เกิดรายได้ตกต่ำและการแย่งงานทำอีกทั้งยังไม่ทำให้นักท่องเที่ยวถูกหลอกลวง

กรอบแนวความคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

1.การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยแบบเชิงปริมาณโดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยศึกษางานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ นำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ปัจจัยความเสี่ยงภายใน ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก และการจัดการ

ความเสี่ยง และได้นำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นผู้ทำการ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item Objective Congruence) หรือ ค่า IOC > 0.65 และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha α ซึ่งมีผลการทดสอบเท่ากับ 0.934

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกิจการ และการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำมาใช้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกและปัจจัยความเสี่ยงภายใน และการวิเคราะห์ค่าที่ (Independent-sample, t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA, F - test) และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จดทะเบียนกิจการในรูปแบบนิติบุคคล จำนวน 321 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 89.2 มีประเภทของธุรกิจ Outbound Tour มากที่สุด จำนวน 159 บริษัท คิดเป็นร้อย 44.2 บริษัทส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 276 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 76.7 ซึ่งส่วนใหญ่จะมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน จำนวน 317 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 88.1

การวิเคราะห์ส่วนที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงภายใน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในโดยภาพรวมในแต่ละด้าน

ปัจจัยความเสี่ยงภายใน	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านกลยุทธ์	2.87	0.945	ปานกลาง
ด้านการดำเนินงาน	2.70	0.952	ปานกลาง
ด้านการเงิน	2.68	1.288	ปานกลาง
ด้านกฎระเบียบ	2.63	1.019	ปานกลาง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

ตัวแปรที่ศึกษา	B	S.E.	β	t	p-value
ค่าคงที่ (constant)	3.714	0.105		35.491	0.000
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	-0.034	0.043	-0.057	-0.800	0.425
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	0.065	0.061	0.109	1.072	0.284
ความเสี่ยงด้านการเงิน	0.063	0.041	0.144	1.541	0.124
ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ	-0.098	0.050	-0.175	-1.969	0.050
R = 0.137, Adjust R^2 = 0.008, F = 1.688, p > 0.05					

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่านัยสำคัญที่ได้จากการทดสอบทั้งโดยรวมและรายด้าน (p-value) มีค่า > 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเองระหว่างคู่ตัวแปร ซึ่งสามารถพิจารณาจากค่าสถิติได้ดังนี้ ค่า Tolerance ทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.269 - 0.816 ซึ่งไม่น้อยกว่า 0.2 สรุปได้ว่าไม่เกิดตัวแปรในลักษณะ Multicollinearity และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 1.225 – 3.715 ซึ่งมีค่าไม่มากกว่า 10 สรุปได้ว่าไม่เกิดตัวแปรในลักษณะ Multicollinearity ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ส่วนที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกโดยภาพรวมในแต่ละด้าน

ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	$\bar{x}$	**SD**	**แปลผล**
ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	3.16	1.011	ปานกลาง
ด้านการตลาด	3.43	0.900	มาก
ด้านสังคมและการเมือง	3.48	0.642	มาก
ด้านเศรษฐกิจและการเงิน	3.72	0.564	มาก
ด้านกฎหมาย	3.66	0.673	มาก
ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ	4.16	0.686	มาก
รวม	**3.60**	**0.489**	**มาก**

ตารางที่ 3 แสดงผลปัจจัยความเสี่ยงภายนอกโดยภาพรวมซึ่งมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อนั้นพบว่า บริษัทนำเที่ยวมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณมีระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

ตัวแปรที่ศึกษา	B	S.E.	β	t	p-value
ค่าคงที่ (constant)	1.993	0.234		8.505	0.000
พฤติกรรมผู้บริโภค	0.058	0.037	0.103	1.577	0.116
การตลาด	0.000	0.044	0.000	-0.003	0.998
สังคมและการเมือง	-0.031	0.047	-0.035	-0.658	0.511
เศรษฐกิจและการเงิน	-0.052	0.052	-0.052	-1.017	0.310
กฎหมาย	0.219	0.046	0.259	4.742	**0.000***
จริยธรรมและจรรยาบรรณ	0.247	0.046	0.298	5.428	**0.000***
$R = 0.497$, Adjust $R^2 = 0.234$, $F = 19.265$, $p < 0.05$					

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกสามารถอธิบายความแปรปรวนการจัดการความเสี่ยงได้ประมาณร้อยละ 23.4 (Adjust R2 = 0.234) ที่เหลืออีกร้อยละ 76.6 เป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา โดยปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ มีอิทธิพลต่อการ

จัดการความเสี่ยงมากที่สุด (β = 0.298 , t = 5.428) รองลงมาคือ ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านกฎหมาย (β = 0.259 , t = 4.742) ตามลำดับ และสามารถนำมาเขียนเป็นสมการทำนายการจัดการความเสี่ยง ได้ดังนี้

Y (การจัดการความเสี่ยง) = 1.993+0.298 (จริยธรรมและจรรยาบรรณ) +0.259 (กฎหมาย)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ส่วนที่ 4 การจัดการความเสี่ยง

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมในแต่ละด้าน

การจัดการความเสี่ยง	$\bar{x}$	SD	**แปลผล**
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	3.79	0.653	มาก
การกำหนดวัตถุประสงค์	3.74	0.787	มาก
การบ่งชี้เหตุการณ์	3.43	0.674	มาก
การประเมินความเสี่ยง	3.68	0.740	มาก
การตอบสนองความเสี่ยง	3.90	0.668	มาก
กิจกรรมการควบคุม	3.89	0.728	มาก
สารสนเทศและการสื่อสาร	3.47	0.833	มาก
การติดตามประเมินผล	3.70	0.759	มาก
รวม	**3.70**	**0.568**	**มาก**

ตารางที่ 5 แสดงผลการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวม พบว่า การจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การตอบสนองความเสี่ยง มีระดับมากที่สุดในการจัดการความเสี่ยง

ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	**ผลการทดสอบสมมติฐาน**
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.2 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.3 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ รูปแบบการจดทะเบียน ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิสิตภาควิชาศิลปาชีพ (2559) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกนอกประเทศและนำเที่ยวเข้าในประเทศ ส่วนจำนวนพนักงานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน เมื่อจำนวนพนักงานมีจำนวนไม่มาก อาจจะทำให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นไปในทิศทางที่ง่ายต่อการดำเนินงาน จึงทำให้ไม่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยความเสี่ยงภายในภาพรวมไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยเห็นว่าในด้านภายในบริษัทธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันเริ่มมีการจัดการที่ดีในการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กรมากขึ้น ไม่เหมือนกับที่ผ่านมา จากการประสบปัญหาจากภายนอกองค์กรทั้งเรื่องของมัคคุเทศก์ที่ไม่มีใบอนุญาต หรือบริษัททัวร์เถื่อนที่ไม่มีการจัดตั้งอยู่จริง ทำให้บริษัทปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงาน กฎระเบียบต่าง ๆ ภายในองค์กรให้ดีมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างคุณภาพในการบริการและเรียกความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมั่นใจและปลอดภัย จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมของปัจจัยความเสี่ยงภายในเป็นไปในเชิงบวกโดยไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

3. ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความเสี่ยงส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุดคือด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณีย์ ล่องประเสริฐ และปลื้มใจ ไพจิตร (2559) ศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจของธุรกิจการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีสาเหตุมาจากเรื่องของการกดดันทางธุรกิจเพื่อนำมาซึ่งกำไร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1. ด้านปัจจัยควาเสี่ยงภายนอก เป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยากหรือไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและรัฐบาลควรส่งเสริมและตระหนักถึงธุรกิจการท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิมในทุก ๆ ด้าน รวมถึงมีกฎหมายที่เคร่งครัดในการตรวจสอบต่าง ๆ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบและสร้างความเสียหายแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวของประเทศ และเพื่อสร้างความมั่นคง ความน่าเชื่อถือให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2. ด้านปัจจัยความเสี่ยงภายใน ไม่ว่าจะเป็นด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านกฎระเบียบ ผู้วิจัยเห็นว่าหากบริษัทมีการพัฒนาการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ดีขึ้นอยู่แล้ว

อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนากิจการให้มีประสิทธิภาพและทำให้ได้เปรียบคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ก็จะไม่ทำให้ทำให้เกิดปัญหาและสร้างความเสียหายได้

3. ผู้วิจัยเห็นว่าการจัดการความเสี่ยงผู้บริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในบางบริษัทมีการวางแผนในการบริหารความเสี่ยงดีอยู่แล้ว และควรพัฒนาให้ครอบคลุมในทุกด้านอย่างสม่ำเสมอมากยิ่งขึ้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น อีกทั้งอาจจะเพิ่มเติมในการปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรทุกระดับมีการตระหนักถึงความเสี่ยงร่วมกันให้เป็นบุคลากรที่มีความสามารถต่อบริษัท และประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มเติมและขยายขอบเขตในการวิจัยให้มากขึ้น

2. ควรมีการศึกษางานวิจัยในเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำการวิจัยแบบเชิงลึกให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

โชติอาภาณ์ พัฒนาวงษ์ชัยกุล และ ชื่นจิตร อังวราวงศ์. (2560). การประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO กรณีศึกษา กองคลัง เทศบาลตำบลเมืองเก่า จังหวัดขอนแก่น. **RMUTL Journal of Humanities and Social Sciences, 5**(1), 82-96.

นิศศา ศิลปเสรฐ. (2560). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิสิตภาควิชาศิลปาชีพ. (2559). **รูปแบบและแนวโน้มธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขนาดย่อมของธุรกิจจัดนำเที่ยวเข้าในประเทศ (Inbound Tour Operator).** สืบค้นจาก http://kuhumcs.blogspot.com/2016/01/inbound.html

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

พรรณนุช ชัยปินชนะ, ณัฏฐ์ปาลิดา ศรีคาหน้อย. (2560). การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 23**(2), 46-55.

ลีลาศ คุณฟอง. (2558). **กระบวนการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบแนวคิด COSO-ERM กรณีศึกษา บริษัท เด สเต โค (เอเชีย) จำกัด.** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

วุฒิพันธ์ สันติมิตร. (2557). **การจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

ศรัญยา วรากุลวิทย์. (2558). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดแวววาวพริ้นติ้ง.

สุณีย์ ล่องประเสริฐ และ ปลื้มใจ ไพจิตร. (2559). จริยธรรมทางธุรกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย. **วารสารวิทยาการจัดการ, 3**(1). 150-171.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2548). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สุรินรัตน์ แก้วทอง. (2557). **กฎหมายกับการพัฒนา**. สืบค้นจาก http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/564358