

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

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

วริศา ตรงคง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป  
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

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

วรีสา ตรังคง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป  
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร  
Factors Affecting Risk Management of Thailand's Tourism Business  
in Bangkok


ชื่อ - นามสกุล นางสาววีรีสา ตรงคง

วิชาเอก การจัดการทั่วไป

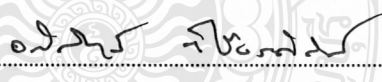
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์, ปร.ด.

ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษ จรินโท, D.B.A.)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ดวงพร พุทวงศ์, ปร.ด.)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์, ปร.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายกรพี ชัยมงคล, ปร.ด.)

วันที่ 5 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2562

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ - นามสกุล	นางสาววีรีสา ตรงคง
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์, ปร.ค.
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยความเสี่ยงภายนอกที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาปัจจัยความเสี่ยงภายในที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 360 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับดี ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ คือ ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ ได้แก่ มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยวและพาชมสถานที่ท่องเที่ยว และด้านเศรษฐกิจและการเงิน ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลก ปัจจัยความเสี่ยงภายในไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

**คำสำคัญ :** การจัดการความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง COSO ธุรกิจนำเที่ยว

<b>Thesis Title</b>	Factors Affecting Risk Management of Thailand's Tourism Business in Bangkok
<b>Name - Surname</b>	Miss Vareesa Trongkong
<b>Major Subject</b>	General Management
<b>Thesis Advisor</b>	Apisit Tungkiatsilp ,Ph.D.
<b>Academic Year</b>	2018

## 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 affecting risk management of Thailand's tourism business in Bangkok, and 3) study internal factors affecting 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 results of the study were as follows: 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.

**Keywords** : risk management, COSO framework, tourism business

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความอนุเคราะห์และความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จริน โท ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.ดวงพร พุททวงศ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่ได้คอยชี้แนะแนวทางในการแก้ไข ให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์และให้ข้อคิดต่าง ๆ ที่ดีมาโดยตลอด จึงทำให้ผู้วิจัยทำสำเร็จออกมาเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

การศึกษาในครั้งนี้จะไม่สำเร็จสมบูรณ์ได้ หากขาดความอนุเคราะห์จากบริษัทที่เกี่ยวข้องในเขตกรุงเทพมหานครที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่คอยสนับสนุนในการศึกษามาโดยตลอด รวมถึงเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท พี่ ๆ เพื่อน ๆ ปริญญาโทที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมีแรงขับเคลื่อนในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักแก่ผู้ที่สนใจ หากงานวิจัยขาดตกบกพร่องประการใด ผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

วีริสา ตรงคง

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	14
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	14
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	14
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	16
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	19
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว.....	30
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง.....	47
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย.....	61
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	61
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์.....	70
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	103
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	107
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	111
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	112
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	118
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	119
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ของผู้เชี่ยวชาญ.....	130
ภาคผนวก ค ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	140
ประวัติผู้เขียน.....	149



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามา จำแนกตาม หมวดต่าง ๆ พ.ศ. 2560 (มกราคม-มิถุนายน).....	23
ตารางที่ 2.2 รายได้การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตาม หมวดต่าง ๆ พ.ศ. 2560 (มกราคม-มิถุนายน).....	24
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	62
ตารางที่ 4.1 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการ.....	70
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านกลยุทธ์โดย จำแนกตามรายชื่อ.....	71
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านการดำเนินงาน โดยจำแนกตามรายชื่อ.....	72
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านการเงิน โดย จำแนกตามรายชื่อ.....	72
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านกฎระเบียบโดย จำแนกตามรายชื่อ.....	73
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายใน โดยภาพรวม.....	74
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านพฤติกรรม ผู้บริโภคโดยจำแนกตามรายชื่อ.....	74
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านการตลาด โดยจำแนกตามรายชื่อ.....	75
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านสังคมและ การเมืองโดยจำแนกตามรายชื่อ.....	76
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านเศรษฐกิจ และการเงิน โดยจำแนกตามรายชื่อ.....	77

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านกฎหมาย โดยจำแนกตามรายชื่อ.....	78
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านจริยธรรม และจรรยาบรรณโดยจำแนกตามรายชื่อ.....	79
ตารางที่ 4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกโดยภาพรวม.....	80
ตารางที่ 4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อม ภายในองค์กร.....	81
ตารางที่ 4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการกำหนด วัตถุประสงค์.....	82
ตารางที่ 4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการบ่งชี้ เหตุการณ์.....	83
ตารางที่ 4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการประเมิน ความเสี่ยง.....	83
ตารางที่ 4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการตอบสนอง ความเสี่ยง.....	84
ตารางที่ 4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านกิจกรรมการ ควบคุม.....	85
ตารางที่ 4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศ และการสื่อสาร.....	86
ตารางที่ 4.21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการติดตาม ประเมินผล.....	87
ตารางที่ 4.22	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยง โดยภาพรวม.....	88
ตารางที่ 4.23	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่ส่งผลต่อ การจัดการความเสี่ยง.....	89

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง.....	90
ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามประเภทของธุรกิจนำเที่ยวเป็นรายคู่.....	92
ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง.....	94
ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่.....	96
ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง.....	98
ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง.....	100
ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายในที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง.....	101
ตารางที่ 4.31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	102

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
ภาพที่ 2.1 สัดส่วนการบริโภคของคนต่างชาติต่อ GDP.....	25
ภาพที่ 2.2 COSO CUBE.....	53



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีมาอย่างยาวนาน ในอดีตจนถึงปัจจุบัน มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งที่ผ่านมาเน้นการท่องเที่ยวที่มีความเจริญเติบโตอย่างมากในประเทศไทยและการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงานเนื่องจากมีความมั่นคง การพัฒนา และการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีการเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวก็ขยายธุรกิจเพิ่มเพื่อการรองรับการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวและบริการในการจัดโปรแกรมและนำเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การให้บริการทางการท่องเที่ยว นับเป็นเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจ้างงานในประเทศต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ เพราะภาคเศรษฐกิจนี้มีความเชื่อมโยงกับการประกอบธุรกิจอื่น ๆ อีกจำนวนมาก ดังนั้น ศักยภาพของบริการท่องเที่ยว จึงสามารถกำหนดได้จากโครงสร้างของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ ( Business Alliance ) ( รัชชนก แวแแก้ว, 2557 )

ดังนั้น การรักษาคูณค่าทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่เป็นสิ่งสำคัญที่ควรตระหนักและปฏิบัติอย่างจริงจัง เพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวเติบโตไปในทิศทางที่ถูกต้อง สามารถคงคุณค่าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ทำหน้าที่กำกับดูแลงานด้านการท่องเที่ยว ขึ้นตรงกับรัฐบาล โดยการดำเนินการนอกจากจะเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีหน้าที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวไทยมีความก้าวหน้า เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และควบคุมให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างเรียบร้อย ด้วยการออกกฎระเบียบควบคุมลงโทษผู้กระทำความผิด

เป็นที่ทราบกันดีว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการกระจายรายได้ จำนวนนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ วิธีป้องกันและแก้ไขปัญหาลักษณะหนึ่ง คือ นโยบายการควบคุมธุรกิจการ

ท่องเที่ยวที่มีแนวทางปฏิบัติเดียวกัน ในรูปของการออกข้อบังคับเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมต่อการดำเนินงาน

แต่ในช่วงที่ผ่านมาธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวไทยได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เถื่อนที่หลอกลายทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยไม่มีธุรกิจอยู่จริง สร้างความเดือนร้อนให้กับนักท่องเที่ยวที่ทำการซื้อทัวร์แต่ไม่สามารถเดินทางได้ และทำให้บริษัทนำเที่ยวที่ถูกกฎหมายถูกกดราคา จำนวนลูกค้าลดลง ในส่วนของมัคคุเทศก์เถื่อนก็มีการเข้ามานำเที่ยวอย่างผิดกฎหมาย โดยไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวและประกอบอาชีพ ส่งผลให้เกิดการนำเที่ยวที่ไม่ถูกต้อง ไม่มีระเบียบ และการแย่งงานของอาชีพมัคคุเทศก์ในประเทศไทย ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทยประสบปัญหาชะลอตัวลง มีการร้องเรียนของผู้บริโภคที่ถูกโกงเงิน และถูกลอยแพ ซึ่งเป็นปัญหาที่เรื้อรังที่ยากจะแก้ไข จนกลายเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย ถ้าหากยังไม่มีการรับมือหรือการจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ในอนาคต อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่หวังผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจจะมีความเสี่ยงตลอดเวลาและอาจจะไม่ประสบความสำเร็จได้

การจัดการความเสี่ยงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างที่จำเป็นของการกำกับดูแลองค์การในลักษณะของการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) อย่างเป็นระบบ (Systematic Management) มีความยืดหยุ่นในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเป็นการบริหารที่ป้องกันปัญหา (Preventive) ด้วยระบบแนวคิดที่มองไปสู่อนาคต และมีความคล่องตัวในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ตลอดจนเป็นแนวทางที่ครบวงจร (สมชาย ภาภาสันวิวัฒน์, 2548)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงต้องการทราบกระบวนการหรือกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยง เพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงภายในที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

1.3.3 ปัจจัยความเสี่ยงภายใน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านกฎระเบียบ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของแต่ละด้าน ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร ในด้านประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ ( Independent Variables ) แบ่งได้ ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

1.1.1 รูปแบบการจดทะเบียนกิจการ

1.1.2 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว

- 1.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน
- 1.1.4 จำนวนพนักงาน
- 2.2 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก
  - 2.2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค
  - 2.2.2 การตลาด
  - 2.2.3 สังคมและการเมือง
  - 2.2.4 เศรษฐกิจและการเงิน
  - 2.2.5 กฎหมาย
  - 2.2.6 จริยธรรมและจรรยาบรรณ
- 3.3 ปัจจัยความเสี่ยงภายใน
  - 3.3.1 ด้านกลยุทธ์
  - 3.3.2 ด้านการดำเนินงาน
  - 3.3.3 ด้านการเงิน
  - 3.3.4 ด้านกฎระเบียบ
- 2. ตัวแปรตาม ( Dependent Variable ) แบ่งได้ ดังนี้
  - 2.1 การจัดการความเสี่ยง
    - 2.1.1 สภาพแวดล้อมภายในองค์กร
    - 2.1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์
    - 2.1.3 การบ่งชี้เหตุการณ์
    - 2.1.4 การประเมินความเสี่ยง
    - 2.1.5 การตอบสนองความเสี่ยง
    - 2.1.6 กิจกรรมการควบคุม
    - 2.1.7 สารสนเทศและการสื่อสาร
    - 2.1.8 การติดตามประเมินผล

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนาเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นตัวอย่างพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษานาเที่ยวครั้งนี้ คือ บริษัททัวร์ในเขตกรุงเทพมหานครฯ



## 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

**ความเสี่ยง** หมายถึง เหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในทางลบโดยไม่ทราบล่วงหน้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสียหาย

**ความเสี่ยงทางธุรกิจ** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรของบริษัท อันเป็นเหตุให้ผู้ลงทุนต้องสูญเสียรายได้ หรือเงินลงทุน ประกอบด้วย ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ และความเสี่ยงในระดับอุตสาหกรรม

**ความเสี่ยงในธุรกิจนำเที่ยว** หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว โดยผู้ประกอบการหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทราบล่วงหน้า อาจจะทำให้ธุรกิจนำเที่ยวได้รับความเสียหาย และต้องปิดตัวธุรกิจลงได้

**ปัจจัยความเสี่ยง** หมายถึง ที่มาหรือต้นเหตุของความเสี่ยงนั้นที่ทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการระบุเหตุการณ์ เวลา และเหตุผลว่าเป็นอย่างไร โดยต้องเป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นจริงเพื่อที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้อย่างถูกต้อง

**การจัดการความเสี่ยง** หมายถึง กระบวนการที่จะจัดการกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น เพื่อลดโอกาสทางความเสี่ยงและผลกระทบที่จะก่อให้เกิดความเสียหายลง

**การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย** หมายถึง กลยุทธ์และกระบวนการในการจัดการกับปัญหาที่เป็นความเสี่ยงต่อธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวสามารถดำเนินการต่อไปได้และบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ต่อไป

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิง หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการไปเพียงชั่วคราวเท่านั้น

**ธุรกิจนำเที่ยว หรือ บริษัททัวร์** หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม คือ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 เพื่อจะได้ทราบถึงการจัดการเพื่อลดความเสี่ยงและแก้ไขปัญหามาจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้น
- 1.7.2 เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและมัลติเทศก์
- 1.7.3 ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น ไม่ก่อให้เกิดรายได้ตกต่ำและการแย่งงานทำ อีกทั้งยังไม่ทำให้นักท่องเที่ยวถูกหลอกลวง



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมได้นำข้อมูลที่รวบรวมมาสรุปสาระสำคัญในประเด็นที่จะทำการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คำว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว นั้นจะมีส่วนประกอบ 2 คำด้วยกัน คือ “อุตสาหกรรม” กับคำว่า “การท่องเที่ยว” ดังนั้นควรทราบความหมายของทั้ง 2 คำ ดังนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548)

คำว่า อุตสาหกรรม (Industry) หมายถึง การประกอบกิจกรรม โดยการนำปัจจัยในด้านการผลิตต่าง ๆ ได้แก่ เงินทุน แรงงาน เครื่องมือ เครื่องจักร และการจัดการมารวมกัน เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคุณค่าต่อมนุษย์ ดังนั้นอุตสาหกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นในรูปแบบของโรงงานเท่านั้น แต่ยังมีอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งผลิตบริการที่อำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ส่วนคำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทาง ที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังที่อื่น โดยที่มิได้มีการถูกบังคับหรือว่าจ้างให้ไปสถานที่นั้น ๆ และเดินทางโดยยานพาหนะในระยะทางไกลหรือไกลก็ได้
2. เดินทางโดยมีจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นการอยู่เป็นการชั่วคราว และต้องเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิม
3. ต้องมีความมุ่งหมายในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและหารายได้

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

### 2.1.1 ประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีด้วยกัน 2 ประเภท ได้แก่ ศรีอยุธยา วรากุลวิทย์ (2558)

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางตรง เป็นอุตสาหกรรมที่นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการและซื้อสินค้านั้นด้วยตนเอง จากธุรกิจต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางในการนำเที่ยว การจัดหาบริการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง

1.2 ธุรกิจขนส่ง เป็นธุรกิจเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง

1.3 ธุรกิจบริการอาหารเครื่องดื่ม เป็นธุรกิจที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายประเภทแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจากการท่องเที่ยวอาจจะมาด้วยตนเองหรือมาเป็นกรุปทัวร์ เช่น ร้านอาหาร แคเฟ่ ภัตตาคาร บาร์ เป็นต้น

1.4 ธุรกิจที่พักแรม เป็นธุรกิจบริการที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบริการที่พักแรมหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชั่วคราว เช่น โรงแรม เกสเฮาส์ รีสอร์ท หอพัก ฯลฯ

1.5 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก เป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ผลิตขึ้นมาเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวมักจะนิยมซื้อเป็นของฝากครอบครัวหรือคนรู้จัก ซึ่งธุรกิจประเภทนี้สามารถหมุนเวียนเงินตราในประเทศได้มากถึง 40% ของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางหนึ่งครั้ง

1.6 ธุรกิจร้านค้าปลีก ให้บริการสินค้าหลากหลายอย่างภายในร้าน มีทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกเลือกซื้อได้ตามความต้องการ มีทั้งร้านค้าขนาดเล็กจนถึงห้างสรรพสินค้า เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (7 Eleven) เทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรส (Tesco Lotus Express)

1.7 ธุรกิจเรือท่องเที่ยว ให้บริการนักท่องเที่ยวทางน้ำทั้งระยะทางสั้นและระยะทางยาว ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

1.8 ธุรกิจการธนาคาร ให้บริการทางการเงินแก่บุคคลทั่วไป และนักท่องเที่ยวในการแลกเปลี่ยนเงินตรา ฝากเงิน ถอนเงิน ซึ่งในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การฝากและถอนเงินระหว่างประเทศได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

1.9 การให้บริการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งด้านร่างกายและทรัพย์สิน

1.10 การอำนวยความสะดวกรวดเร็วของพิธีการในการเข้า-ออก

2. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวทางอ้อม เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ได้บริการนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่จะเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ธุรกิจผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น การผลิตเครื่องประดับ เสื้อผ้า เครื่องใช้ต่าง ๆ และผลิตผลทางการเกษตร

2.2 ธุรกิจผลิตสินค้าที่ระลึก ผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

2.3 ธุรกิจการบริการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจการจัดนำเที่ยว สถาบันการเงิน สถานับการศึกษาฝึกอบรมบุคลากรเพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ

2.4 ธุรกิจการก่อสร้าง เช่น การสร้างถนน ประปา ไฟฟ้า โรงแรม และร้านอาหาร ฯลฯ ธุรกิจต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นล้วนแต่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งสร้างรายได้ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือให้กับการท่องเที่ยวในประเทศอีกด้วย

### 2.1.2 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ด้านของความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะแบ่งเป็น ความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความสำคัญต่อสังคมการเมือง ดังนี้

จะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศอย่างชัดเจน ด้วยความร่วมมือของชุมชน รัฐบาล ผู้ให้บริการในธุรกิจต่าง ๆ และนักท่องเที่ยว โดยผ่านห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้สภากาท่องเที่ยวและการเดินทางโลก (WTTC) มีการรายงานถึงผลกระทบของการเดินทางและการท่องเที่ยว พ.ศ. 2558 ว่า ใน พ.ศ. 2557 การท่องเที่ยวได้มีผลกระทบต่อ GDP ของไทยโดยตรง

เท่ากับ 1,037.3 พันล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 ของ GDP รวมของประเทศ (WTTC, 2015, น.1 อ้างถึงใน นิตศาศิลป์เศรษฐ, 2560)

1. ด้านความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สรุปได้ 6 ประการคือ บุญเลิศ จิตตั้ง วัฒนา (2548)

1.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดเงินตราต่างประเทศ

1.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยในการสร้างเสถียรภาพเรื่องปัญหาการขาดดุลชำระเงิน

1.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อม ให้แก่บุคลากรภายในประเทศ

1.4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ

1.5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจโดยการนำทรัพยากรของประเทศในแต่ละท้องถิ่นมาผลิตสินค้าและบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการจำหน่าย เพราะประชากรโลกเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่การขนส่งก็สามารถบรรจุผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้รายงานค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงครึ่งปี ตั้งแต่ต้นเดือน มกราคม-มิถุนายน พ.ศ.2560 พบว่า มียอดค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 5,253.01 บาทต่อคนต่อวัน (ดังตารางที่ 2.1) รายได้การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าเป็นเงิน 871,235.00 ล้านบาท ดังตารางที่ 2.2 และสัดส่วนการบริโภคของคนต่างชาติต่อ GDP ระหว่างปี 2014-2017 ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามา จำแนกตามหมวดต่าง ๆ พ.ศ. 2560 (มกราคม-มิถุนายน)

ถิ่นที่อยู่	รวม	หน่วย : บาท / คน / วัน							
		ของที่ระลึก	บันเทิง	บริการ ท่องเที่ยว	ที่พัก	อาหารและ เครื่องดื่ม	พาหนะเดินทาง	การรักษาทาง การแพทย์	เบ็ดเตล็ด
เอเชียตะวันออก	5,982.74	1,743.48	564.59	238.85	1,596.72	1,158.03	527.71	66.96	86.40
อาเซียน	5,408.63	1,774.98	411.23	129.27	1,391.59	1,030.67	461.76	145.00	64.13
ยุโรป	4,142.45	692.58	392.52	157.96	1,369.70	943.01	484.02	48.22	54.44
อเมริกา	4,800.05	785.64	525.17	230.29	1,536.70	974.86	633.39	35.90	78.10
เอเชียใต้	5,497.13	1,591.13	569.97	199.08	1,484.10	992.57	504.67	58.72	96.89
โอเชียเนีย	5,506.87	913.82	595.94	223.72	1,754.26	1,242.64	555.96	122.40	98.13
ตะวันออกกลาง	6,238.57	1,669.38	708.40	146.81	1,765.38	1,080.60	601.35	198.94	67.71
แอฟริกา	5,646.30	1,852.05	349.42	164.52	1,532.56	995.02	521.54	163.61	67.58
<b>รวม</b>	<b>5,253.01</b>	<b>1,285.57</b>	<b>508.27</b>	<b>206.02</b>	<b>1,523.03</b>	<b>1,067.32</b>	<b>522.88</b>	<b>64.65</b>	<b>75.27</b>

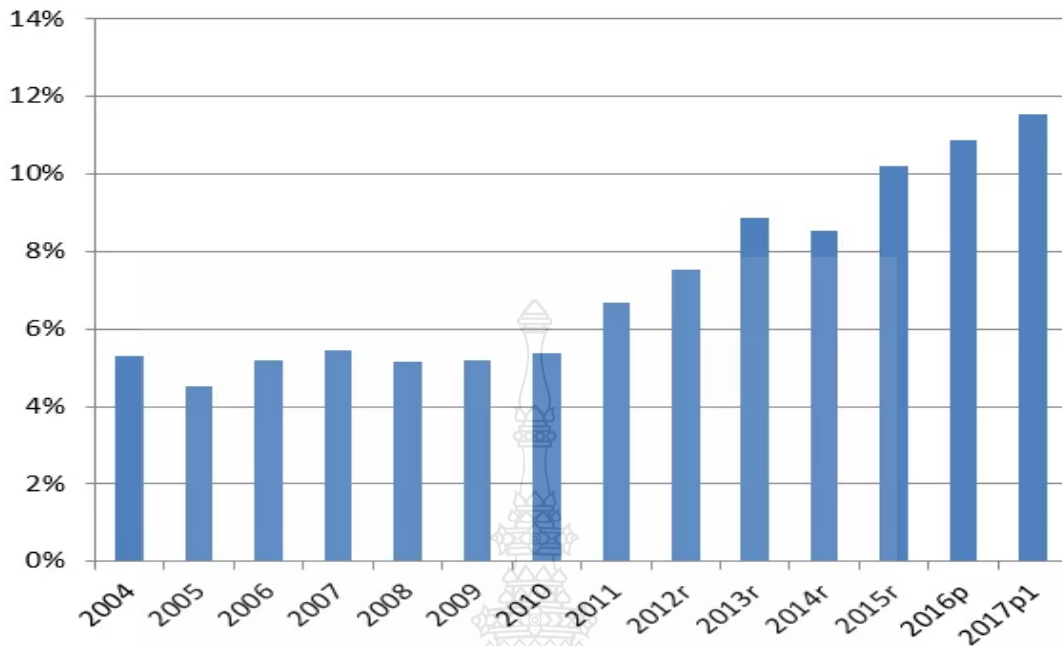
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561



ตารางที่ 2.2 รายได้การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามหมวดต่าง ๆ พ.ศ. 2560 (มกราคม-มิถุนายน)

ถิ่นที่อยู่	รวม	หน่วย : ล้านบาท							
		ของที่ระลึก	บันเทิง	บริการ ท่องเที่ยว	ที่พัก	อาหารและ เครื่องดื่ม	พาหนะเดินทาง	การรักษาทาง การแพทย์	เบ็ดเตล็ด
เอเชียตะวันออก	481,703.40	140,377.42	45,458.25	19,231.32	128,560.75	93,239.39	42,488.64	5,391.02	6,956.61
อาเซียน	137,124.48	45,000.97	10,425.89	3,277.33	35,280.82	26,130.41	11,706.99	3,676.22	1,625.85
ยุโรป	231,417.30	38,690.92	21,928.12	8,824.42	76,518.20	52,681.30	27,039.68	2,693.59	3,041.07
อเมริกา	55,466.93	9,078.46	6,068.56	2,661.09	17,757.34	11,265.00	7,319.13	414.83	902.52
เอเชียใต้	33,157.06	9,597.20	3,437.89	1,200.82	8,951.67	5,986.88	3,044.01	354.19	584.40
โอเชียเนีย	34,182.17	5,672.26	3,699.12	1,388.65	10,889.03	7,713.29	3,450.95	759.76	609.11
ตะวันออกกลาง	29,452.32	7,881.15	3,344.37	693.07	8,334.37	5,101.50	2,838.99	939.19	319.68
แอฟริกา	5,855.82	1,920.77	362.39	170.63	1,589.43	1,031.94	540.89	169.68	70.09
<b>รวม</b>	<b>871,235.00</b>	<b>213,218.18</b>	<b>84,298.70</b>	<b>34,170.00</b>	<b>252,600.79</b>	<b>177,019.30</b>	<b>86,722.29</b>	<b>10,722.26</b>	<b>12,483.48</b>

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561



ภาพที่ 2.1 สัดส่วนการบริโภคของคนต่างชาติต่อ GDP

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2. ด้านความสำคัญต่อสังคมและการเมือง สรุปได้ 8 ประการคือ

2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและคงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติเอาไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของมรดกเกิดความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมเหล่านั้น

2.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการศึกษาจากการเดินทางท่องเที่ยวและรับรู้จากประสบการณ์ได้ด้วยตนเอง

2.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวงด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้ที่ดีตามแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรส่วนเกินมาประดิษฐ์ผลิตให้เป็นรายได้เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

2.5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม คือ เมื่อท้องถิ่นใดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีความเป็นมืออาชีพ ส่งผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ทำให้ผู้ไม่หวังดีหรือศัตรูเข้าแทรกซึมบ่อนทำลายได้ยากขึ้น

2.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของผู้คนในท้องถิ่นนั้นได้ดียิ่งขึ้นจากเดิมสืบเนื่องมาจากการกระจายรายได้

2.7 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสร้างความเจริญทางสังคมในท้องถิ่น เนื่องจากเมื่อมีการเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้าไปก็จะก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น เช่น การสร้างที่พักแรม ถนน ร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2.8 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดสันติภาพและความสามัคคี กล่าวคือ เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ประชากรได้พบปะกัน มีการแลกเปลี่ยนทัศนคติ ทำความรู้จักกันมากขึ้น ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีงามซึ่งกันและกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองต่อประเทศ ดังนั้นหน่วยงานและบุคลากรภายในประเทศจึงควรให้ความสำคัญและร่วมกันพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศอย่างสูงสุด

#### 2.1.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย สามารถดึงดูดตลาดระยะไกลและตลาดภายในภูมิภาค ถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูง แต่ยังสามารถยอมรับในเรื่องของคุณภาพและบริการ ติดอยู่ 1 ใน 10 อันดับที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากที่สุดในโลก สถานการณ์ท่องเที่ยวของไทยสามารถสรุปได้ ดังนี้ ศรีธัญญา วรากุลวิทย์ 2558 (อ้างถึงใน จุริรัตน์ ชาวเจริญ, 2543, น. 12-15)

1. จุดแข็งของสินค้าทางการท่องเที่ยว สินค้าของประเทศไทยมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ทำให้ดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ค่อนข้างดี อีกทั้งความเป็นมิตรไมตรีของคนไทยและวิถีชีวิตของคนไทยยังสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำให้เป็นการส่งเสริมการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

2. จุดขายหลักที่ตอบสนองความต้องการทางการท่องเที่ยวนั้นก็คือ วัฒนธรรมและประเพณีไทยที่มีความโดดเด่น เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปทำให้เป็นจุดขายที่มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากเอเชียและยุโรป เดินทางเพื่อมาพักผ่อน

3. ภาพพจน์ที่ดีขึ้นของประเทศไทย เนื่องจากภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเพศชายได้มีการเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ทำให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวสตรีในทุกวัย โดยเฉพาะญี่ปุ่นและตะวันออกกลาง

4. การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม กลุ่มนักท่องเที่ยววัยทองและกลุ่มตลาดเยาวชนมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ถึงแม้ว่าการเปรียบเทียบกับกลุ่มตลาดเดียวกันทั่วโลกจะยังไม่สูงมากนัก แต่เป็นโอกาสที่จะเจาะตลาดเพื่อเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวและพัฒนาตลาดกลุ่มนี้ต่อไป

5. การยกระดับของแหล่งท่องเที่ยว ในยุโรปมีแนวโน้มในการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดกลาง-บนเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวของไทยจากแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ส่วนในเอเชียนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดกลาง-ล่าง เช่น จีน ใต้หวัน ฮองกง เกาหลีและอินเดีย

6. การท่องเที่ยวเป็นแบบครอบครัวมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นในตลาดยุโรปมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1998 เป็นต้นมา

7. ประเทศไทยเป็นแหล่งตลาดทดแทน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในยุโรปบางแห่งมีความแออัดจึงทำให้ความนิยมลดลงและทำให้กระแสการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเปลี่ยนมายังประเทศไทยเพื่อทดแทนกัน

8. สภาพตลาดในเอเชีย ฝั่งเอเชียตะวันออกเศรษฐกิจมีการปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้นจากกลุ่มประเทศที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ การเดินทางในภูมิภาคมีความคล่องตัว นักท่องเที่ยวตลาดจากจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีมีการขยายตัว กลุ่มตลาดหลักอาเซียนอย่างมาเลเซียมีการเดินทางออกนอกประเทศมีผลให้นักท่องเที่ยวแถบชายแดนมากขึ้น แต่สำหรับสิงคโปร์ ฮองกง และใต้หวันมีผลกระทบต่อการรายได้และการจ้างงานเพราะประสบปัญหาทางเศรษฐกิจในเอเชีย ทำให้นักท่องเที่ยวจากตลาดอาเซียนจึงขยายตัวไม่มาก

9. สภาพตลาดในยุโรป ยังคงมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 2 ของกลุ่มตลาดยุโรป เป็นปัจจัยหลักในการขยายตัวการท่องเที่ยวของยุโรปต่อไป แม้ว่าอาจจะไม่ได้เพิ่มขึ้นสูงมาก อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวประเภททางทะเลยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่นิยมอย่างประเทศสแกนดิเนเวีย รองลงมาคือสหราชอาณาจักรและเบเนลักซ์ ส่วนเยอรมันมีระดับปานกลาง ฝรั่งเศสส่วนมากตามกระแสนิยม และรัสเซียมีการปฏิรูปจึงส่งผลให้การเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่มากนัก

10. สภาพตลาดในอเมริกา ในปี ค.ศ.1999-2000 มีการชะลอตัวของเศรษฐกิจลง แต่มีความแข็งแกร่งของสถานะเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิกเพิ่มขึ้นจากการความได้เปรียบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราทำให้นักท่องเที่ยวจากอเมริกาเดินทางมายังเอเชียแปซิฟิกเพิ่มขึ้น มีการปรับเส้นทางการบินจากอเมริกาและเอเชียให้มีระยะเวลาที่สั้นลง ด้านราคาก็ลดลงจึงเป็นปัจจัยเสริมในการขยายตลาดอเมริกาในประเทศไทย

11. สภาพตลาดโอเชียเนีย อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำและลดปริมาณลง

12. สภาพตลาดตะวันออกกลาง มีการเพิ่มเที่ยวบินจากประเทศไทยเข้าสู่ตลาดหลักอย่างอิสราเอล การขยายตัวของตลาดค่อนข้างดีกว่ากลุ่มตลาดอื่น ทำให้โอกาสในการขยายตัวไปในแถบแอฟริกาเป็นไปในทางที่ดีจากตลาดภูมิภาคตะวันออกกลาง และส่วนเอเชียใต้กระแสการท่องเที่ยวหันเหไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นมากขึ้น

สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีจุดแข็งทางสินค้าการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าจะเป็ตลาดเก่าทางการท่องเที่ยวอย่างภูมิภาคอเมริกา ภูมิภาคยุโรป แต่ตลาดใหม่อย่างจีนมีความต้องการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในการท่องเที่ยวในประเทศไทย และในเรื่องของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นจากในอดีต ก็ส่งผลให้มีความนิยมและขยายตัวเพิ่มขึ้น

### 2.1.5 ความหมายของการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยวในทัศนะทั่วไป การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าหากไม่มีการเดินทางก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งนักวิชาการบางท่านให้ความหมายไว้ เช่น สุวัฒน์ จูรากรณ์ 2559, น. 2-6 (อ้างถึงใน Lawson & Baud-Bovy, McIntosh and Goeldne, 1995) ได้ให้ความหมายว่า “ การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ”

นอกจากนั้น องค์กรที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับกาการท่องเที่ยวบางแห่งได้ใช้คำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) และ “การเดินทาง” (Travel) สลับกันไป ซึ่งหน่วยงานที่ใช้คำว่า “การท่องเที่ยว” เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand) ในขณะที่หน่วยงานบางแห่งใช้คำว่า “การเดินทาง” เช่น องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคแปซิฟิก (Pacific Asia Travel

Association: PATA) และบางองค์กรจะใช้สองคำร่วมกัน เช่น สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council: WTTC) เป็นต้น

2. ความหมายของการเดินทางท่องเที่ยวในเชิงวิชาการ หากกล่าวโดยครอบคลุมทั้งกระบวนการของการท่องเที่ยว นั้น ก็เป็นไปตามแนวคิดของ สุวัฒน์ จูชากรณ์ 2559, น.2-7 (อ้างถึงใน Lawson & Baud-Bovy, McIntosh and Goeldne, 1995) ที่ได้สรุปไว้ว่า “การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดใจด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน” ซึ่งมี 4 องค์ประกอบหลัก โดยครอบคลุม ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่จากการสัมผัสด้วยตนเองทางกายและจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดในการทำกิจกรรมและเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

2.2 ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยได้กำไรจากการขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว

2.3 ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ องค์กรหรือหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นมาควบคุมและดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐได้วางไว้เพื่อเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้กับประเทศ

2.4 ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยมีหน้าที่ในการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

โดยสรุปว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งจากที่อยู่อาศัยเพื่อการพักผ่อนทางกายและจิตใจ โดยมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และเป็นการพบปะผู้คนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว

### 2.2.1 ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 “ธุรกิจนำเที่ยว” หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น.182) ได้กล่าวว่า ธุรกิจนำเที่ยว (Tourism Operation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในเรื่องการอำนวยความสะดวกและมัคคุเทศก์ในการเดินทาง

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2558, น.215) ได้กล่าวว่า ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) คือ บุคคลใดหรือหน่วยงานที่ซื้อบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและนำผลิตภัณฑ์นั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้สนใจ

ราณี อธิชัยกุล (2549, น.226) ได้กล่าวว่า ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หรือเรียกว่า การจัดนำเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจการจัดและการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม หรือการให้บริการอื่น ที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวอาจจะเป็นการขายบริการนั้น ๆ แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว (Travel Agent) โดยการนำเอาบริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มารวมกันและขายในลักษณะเหมารวม (Package Tour) ก็ได้

ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่หวังผลกำไรในการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดโปรแกรมให้ โดยมีประสบการณ์ในธุรกิจการจัดบริการด้านการเดินทาง ที่พัก อาหาร จะมีหรือไม่มีมัคคุเทศก์ก็ได้ (ไม่รวมถึงการไปทอดกฐิน การทอดผ้าป่า และการทัศนศึกษาที่ไม่ใช่ธุรกิจ)

Cook และคณะ (2010, น.90) ให้ความหมายว่า องค์การธุรกิจที่มีการวางแผนการตลาด และจัดนำเที่ยว ซึ่งอาจจะเรียกว่าผู้จัดนำเที่ยวแบบขายส่ง (Tour Wholesaler) หรือผู้จัดแพ็คเกจโปรแกรมท่องเที่ยว (Packgager)

สรุป ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่มีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าแพ็คเกจทัวร์ (Package Tour) เพื่อนำไปเสนอขายแก่ผู้ที่สนใจ และมีการนำนักท่องเที่ยวไป

ท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ตามการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวหรือสถานที่ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ โดยมีการให้บริการและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง

### 2.2.2 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายต่างกันออกไปในการไปแต่ละสถานที่ต่าง ๆ มีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการจัดรายการนำเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในราคาแบบเหมาจ่าย ซึ่งการจำแนกประเภทธุรกิจนำเที่ยว อาจจำแนกได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

#### 1. จำแนกตามลักษณะของการจัดบริการนำเที่ยว ได้แก่

1.1 ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) เป็นการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ภายในประเทศ เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น

1.2 ธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound Tour) เช่น ชาวญี่ปุ่นหรือชาวอังกฤษเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น

1.3 ธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวในประเทศไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour) เช่น ชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอเมริกาหรือประเทศจีน เป็นต้น

#### 2. จำแนกตามลักษณะและขอบเขตของการบริการ ได้แก่

2.1 ธุรกิจนำเที่ยวบริการแบบเหมารวม (Package Tour) เป็นธุรกิจนำเที่ยวที่มีการจัดรายการนำเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยมีเวลากำหนดในแต่ละสถานที่ และรวมค่าบริการ ค่าที่พัก ค่าอาหารไว้เบ็ดเสร็จ และมีการเดินทางแบบเป็นกลุ่ม แบ่งออกได้ 2 แบบคือ

2.1.1 บริการเหมารวมแบบมีผู้นำเที่ยว จะเป็นการนำเที่ยวโดยมีผู้ดูแลตลอดการเดินทาง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า หัวหน้าทัวร์

2.1.2 บริการเหมารวมแบบไม่มีผู้นำเที่ยว จะเป็นการนำเที่ยวโดยไม่มีหัวหน้าทัวร์คอยดูแลและร่วมเดินทางด้วยแต่จะมีผู้ประกอบการในพื้นที่นั้นมารับ โดยนักท่องเที่ยวจะต้องแสดงตัวและรายละเอียดการบริการต่าง ๆ ให้กับผู้บริการทุกที่

2.2 ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการเฉพาะกลุ่ม (Group Intensive Tour) เป็นการจึัดนำเที่ยวตามความต้องการของกลุ่มนั้น ๆ โดยมักจะเป็นสมาคม หรือองค์กรธุรกิจต่าง ๆ เช่น การนำเที่ยวชมพระราชวัง วัด เคนป่า ดำน้ำดูปะการัง เป็นต้น มีการเดินทางตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป ทำให้มีการประหยัดค่าใช้จ่ายได้พอสมควร



2.3 ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการอิสระ (Foreign Individual Tour and Domestic Individual Tour) สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศเฉพาะราย เป็นการจําหน่ายเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า เช่น พาหนะ ที่พักแรม อาหารบางมื้อและจะมีโปรแกรมเที่ยวรวมอยู่ด้วยก็ได้

2.4 ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการในลักษณะพิเศษ (Specialty Intermediaries / Channelers) จะเป็นธุรกิจที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิต เช่น แหล่งท่องเที่ยว ภัตตาคาร โรงแรม ฯลฯ กับลูกค้าในการจําหน่ายเที่ยว เป็นต้น

### 2.2.3 การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันกำลังขยายตัวเป็นอย่างมาก มีทั้งธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ในปัจจุบันประชาชนมีการสนใจการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีและเห็นเป็นสิ่งที่จําเป็นในการดำเนินชีวิต อีกทั้งการคมนาคมมีความสะดวกมากยิ่งขึ้นและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวเพิ่มตามการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นตัวเลือกในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ประกอบการจึงจําเป็นจะต้องมีความรู้ประกอบการจัดตั้งธุรกิจ ดังนี้

1. การจัดตั้งเชิงธุรกิจ ผู้ประกอบการจําเป็นจะต้องเตรียมความพร้อม 3 ประการ (ราณี อธิษัฎกุล 2554 อ้างถึงใน ธเนศ ศรีสถิต 2545, น.307) คือ

1.1 เงินทุน เป็นสิ่งจําเป็นที่สุดในการจัดตั้งธุรกิจ ผู้ประกอบการอาจจะมีเงินทุนเป็นของตนเองและเครดิต หรือเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงินมาเพื่อลงทุน มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับของธุรกิจที่จะจัดตั้งขึ้น

1.2 ทำเลที่ตั้ง เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งเนื่องจากการเลือกทำเลที่ตั้งดี ก็จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่าย หากจัดตั้งอยู่ในย่านธุรกิจที่ผู้คนพบเห็นได้ง่ายก็จะทำให้การเข้าถึงของลูกค้าสะดวกแต่จะมีข้อเสียในเรื่องของการจราจร และงบประมาณสูง หากจัดตั้งภายนอกเขตธุรกิจจะทำให้ผู้คนพบเห็นได้ยากกว่า ผู้ประกอบการอาจจะเสริมในเรื่องของการโฆษณา การทำการตลาดให้กับธุรกิจของตนเองเพิ่มมากขึ้น แต่เรื่องของการจราจร และงบประมาณจะได้เปรียบกว่าเพราะไม่ต้องลงทุนสูงมาก

1.3 การสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีบุคลากรที่ดี มีความรู้ ความสามารถ และมีประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้ธุรกิจก้าวไปข้างหน้า ควรมีการเลือกสรรหาพนักงานให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการในลักษณะงานนั้น ๆ โดยทั่วไปจะมีส่วนงาน 4 ฝ่าย ได้แก่

1.3.1 ฝ่ายบริหารทั่วไป ทำหน้าที่ในการควบคุมการบริหารงานให้เป็นไปตามที่บริษัทได้กำหนดแผนงานไว้

1.3.2 ฝ่ายบัญชีและการเงิน ทำหน้าที่ในการควบคุมงบประมาณ วางแผนการเงินของบริษัทให้อยู่ในกรอบที่วางไว้เพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาดและสร้างความเสียหายให้แก่บริษัท

1.3.3 ฝ่ายขายและการตลาด ทำหน้าที่วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของตลาดภายนอก จัดทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และติดต่อลูกค้า

1.3.4 ฝ่ายดำเนินงาน ทำหน้าที่จัดหาแหล่งท่องเที่ยว จัดทำเส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับลูกค้า จัดหาที่พักและบุคลากรในการเดินทางเพื่อบริการแก่ลูกค้าในการนำเที่ยว

2. การจัดตั้งตามกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 ณ วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2551 ผู้ที่จะจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติฯ สาระสำคัญได้ ดังนี้

2.1 การประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวจาก นายทะเบียน

2.2 ผู้ขอรับอนุญาตจะเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลก็ได้แต่ต้องมีคุณสมบัติที่ระบุไว้ ตามพระราชบัญญัติ

2.3 เมื่อได้รับการอนุญาตแล้วจะต้องมีการวางหลักประกันในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ค้ำประกันของธนาคาร พันธบัตรรัฐบาลไทยต่อ นายทะเบียนตามจำนวนที่ กฎหมายระบุไว้ ใบอนุญาตมีอายุครั้งละ 2 ปี และต้องมีการต่ออายุใบอนุญาตก่อนครบกำหนดวันหมดอายุหากจะดำเนินธุรกิจต่อไป

2.4 ผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติมีสิทธิถูกสั่งพักหรือเพิกถอน ใบอนุญาตการประกอบธุรกิจจากนายทะเบียน

2.5 การดำเนินธุรกิจจะต้องมีมาตรฐานในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวตามที่ กฎกระทรวงกำหนดไว้

2.6 การฝ่าฝืนจะมีบทลงโทษตามกฎหมาย

ในข้างต้นผู้วิจัยได้กล่าวเพียงการปฏิบัติในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวเท่านั้น และนอกจากการจัดตั้งธุรกิจแล้วหากมีการว่าจ้างบุคคลเพื่อปฏิบัติหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวก็จะต้องปฏิบัติตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เช่นกัน

3. องค์ประกอบในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว จะต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งตามข้อกำหนด 2 คน สถานที่ดำเนินการ เงินทุนในการจัดตั้งพร้อมค่าดำเนินงานไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก และพนักงานที่ต้องการดำเนินการจำนวนตามขนาดของธุรกิจอย่างน้อย 4-5 คน

4. ขั้นตอนในการจัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินธุรกิจนำเที่ยว จะต้องดำเนินการขอจัดตั้งบริษัทตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่ได้กำหนดเอาไว้ ดังนี้ ราชัน อีสิชัยกุล (2554)

4.1 ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งบริษัทและนิติบุคคล

4.2 จะต้องรวบรวมรายชื่อสมาชิกผู้ถือหุ้นให้ครบ 3 คน

4.3 กำหนดทุนในการจัดตั้งธุรกิจ และกำหนดอัตราส่วนในการถือหุ้นทั้ง 3 คน

4.4 เลือกสถานที่ในการจัดตั้งธุรกิจที่สามารถเห็นได้ชัดเจน

4.5 เมื่อได้หนังสือรับรองและหนังสือทะเบียนการค้ามาจากกรมพัฒนาธุรกิจบริการ จะต้องถ่ายรูปบริษัทเพื่อไปขอหนังสืออนุญาตในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พร้อมวางเงินประกันตามประเภทหนังสืออนุญาตที่ต้องการ

4.6 เจ้าหน้าที่จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะเข้ามาทำการสำรวจและตรวจสอบบริษัท และจะออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในระยะเวลา 1 เดือน

จากที่กล่าวมาข้างต้น การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวนั้นมีขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติหลายขั้นตอนตามกฎหมายและพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 ผู้ที่จะทำการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีการประเมินคุณสมบัติของตนเอง และสภาพทางการเงินที่สำคัญในการจัดตั้งธุรกิจให้มีความพร้อมและเหมาะสม จะทำให้ไม่เกิดปัญหาตามมาภายหลัง และหลังจากการได้รับการอนุญาตจัดตั้งธุรกิจแล้วก็ควรปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างถูกต้อง

## 2.2.4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว

คำว่า “ปัจจัย” หมายถึง สาเหตุหนึ่งที่จะทำให้เกิดผลที่ตามมา ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง สาเหตุที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตามสภาพสถานการณ์หรือสภาพธุรกิจท่องเที่ยวเป็นไปได้อันส่งผลกระทบต่อทางบวกและทางลบ ซึ่งปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องที่ควรพิจารณามี ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ในที่นี้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติกหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคบริการท่องเที่ยว รวมทั้งการตัดสินใจที่มีผลต่อการบริโภค ซึ่งลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวพอสรุปได้ 7 ประการดังนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555)

1.1 พฤติกรรมผู้บริโภคบริการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนไม่เหมือนกัน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต่างกัน อาจจะมี ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ เช่น ชาวต่างประเทศชอบธรรมชาติ อยู่กับแสงแดด สายลม ชอบศึกษาวัฒนธรรมในสถานที่ที่เดินทางไป แต่ชาวไทยชอบการเดินทางซื้อของมากกว่า ไม่ค่อยชอบการตากแดดหรือศึกษาวัฒนธรรมเป็นเวลานาน

1.2 พฤติกรรมผู้บริโภคบริการของนักท่องเที่ยวแบบจัดเป็นกลุ่ม บางกลุ่มชอบซื้อบริการต่างประเทศ และบางกลุ่มชอบซื้อบริการภายในประเทศ ดังนั้นเป้าหมายก็จะแตกต่างกัน

1.3 พฤติกรรมผู้บริโภคบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ มักมีการเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอในอนาคตตามยุคสมัย

1.4 พฤติกรรมผู้บริโภคบริการอย่างใดอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป หากมีบริการใหม่ที่ตอบสนองความต้องการมากกว่าเดิมก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าการบริการแบบเดิมไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

1.5 พฤติกรรมผู้บริโภคบริการไม่มีที่สิ้นสุดหรือไม่จำกัด เช่น การเดินทางท่องเที่ยวครั้งแรกในราคาที่ถูกลง และครั้งต่อไปมีราคาแพงขึ้นเรื่อยๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น อาจจะเป็นในเรื่องของความสวยงามของสถานที่ ความสะอาดความสะดวกสบาย เป็นต้น

1.6 พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวไม่ทราบความต้องการในการซื้อบริการของตนเอง มักขึ้นอยู่กับอารมณ์และสถานการณ์ เช่น นักท่องเที่ยวพบว่าบริษัททัวร์นี้บริการไม่ดี ไม่รู้ว่าตนต้องการบริการอย่างไรถึงถูกใจ แต่ผู้ร่วมการเดินทางคนอื่นต่างก็พอใจกับบริษัททัวร์นี้ เป็นต้น

1.7 พฤติกรรมการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวที่แอบแฝง เป็นการซื้อบริการ นอกเหนือจากบริการที่มีอยู่แล้วในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น การเดินทางท่องเที่ยวไปกับกลุ่มบุคคลที่มีรายได้สูง แต่ตนเองอยากได้บริการราคาถูก

เราสามารถสรุปพฤติกรรมกรรมการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1.1 ความต้องการด้านความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวยอมจ่ายเงินในราคาสูง เพื่อได้รับการบริการที่สะดวกสบาย

1.2 ความต้องการด้านความเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถรับบริการโดยที่ไม่ต้องรอเวลานาน ไม่ต้องมีการเข้าแถวรอคิว หรือการประสานงานระหว่างผู้ซื้อผู้บริการที่รวดเร็ว

1.3 ความต้องการด้านความปลอดภัย ในการเดินทางมักคาดหวังเรื่องความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญของนักท่องเที่ยว เช่น แนวนอนในการซื้อประกันชีวิตมากขึ้น

1.4 นักท่องเที่ยวต้องการความทันสมัย ในปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการใช้ชีวิตมากขึ้น ผู้คนใช้ชีวิตอยู่ในเมืองกันเป็นอย่างมาก ดังนั้นการบริการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความทันสมัยและความก้าวหน้าเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น การจองตั๋ว การจ่ายชำระค่าบริการ การซื้อบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

1.5 นักท่องเที่ยวเน้นความคุ้มค่า ในการตัดสินใจซื้อบริการในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีความไต่ตรองถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับจากการบริการนอกเหนือจากการบริการปกติ คุณภาพ ราคาหรือส่วนลดจากการซื้อ

1.6 นักท่องเที่ยวมีความกล้าที่จะเรียกร้องสิทธิที่ควรได้รับ ปัจจุบันผู้คนมีการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการแสดงความคิดเห็นหรือการเรียกร้องสิทธิประโยชน์ของตนที่ควรได้รับเมื่อเกิดกรณีถูกเอารัดเอาเปรียบจากบริษัทท่องเที่ยว

1.7 นักท่องเที่ยวมีความต้องการบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) นักท่องเที่ยวต้องการบริการแบบครบครันในการติดต่อครั้งเดียว เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อหลายประเภทธุรกิจ เช่น บริษัทนำเที่ยวได้จัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จทุกอย่างไว้

เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการทุกอย่างที่ระบุไว้ในรายการแบบครบถ้วน โดยที่ไม่ต้องทำด้วยตัวเองหลายขั้นตอน

2. ด้านการตลาด การตลาดทางการท่องเที่ยวจะมีความหมายที่มีหลักการแบบเดียวกันกับการตลาดโดยทั่วไป มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

Middleton (1990) ได้กล่าวว่า การตลาดทางการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างเครื่องมือเพื่อเชื่อมโยงความเหมาะสมกันด้วยการจัดการองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

Kotler, Bowen & Maken (1999) ได้กล่าวว่า การตลาดทางการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการจัดการและสังคม โดยบุคคลและกลุ่มบุคคลนั้นจะได้รับสิ่งที่ต้องการและจำเป็นจากการผลิตและการแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีคุณค่าของสินค้าและบุคคลอื่น

ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ (2529) ได้กล่าวว่า การตลาดทางการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในส่วนของการผลิตสินค้า การบริโภคน และการบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวและสนับสนุนนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การตลาดทางการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการกำหนดการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองตามความต้องการให้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการ อีกทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการซื้อบริการนั้น

การตลาดทางการท่องเที่ยวนับเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องทำการวิเคราะห์ว่ามีทรัพยากรอะไรบ้างที่จะเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป การตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมโดยทั่วไปเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนและแบ่งแยกไม่ได้ ผู้บริโภคไม่ได้มีการเห็นสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำให้เกิดการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันอีกทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ฉะนั้นการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาในการตลาดก็คือ เรื่องของเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย เป็นส่วนกระตุ้นให้ประชากรเกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริม

การท่องเที่ยวด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นประโยชน์สูงสุดให้กับนักท่องเที่ยว ก็คือการ  
ได้รับความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความประหยัด และความประทับใจมากที่สุด ตลาดท่องเที่ยว  
แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ ๆ ได้แก่

2.1 ตลาดนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตนเอง และเดินทางใกล้ไม่มีค่าใช้จ่ายที่สูง เช่น ผู้ที่อยู่  
จังหวัดอยุธยาเดินทางไปศึกษาเยี่ยมชมโบราณสถานวัดไชยวัฒนาราม หรือผู้ที่อยู่จังหวัดเชียงใหม่  
เดินทางไปท่องเที่ยวดอยอ่างขาง เป็นต้น

2.2 ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นการเดินทางไปยังจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่  
ภูมิลำเนาของตนเอง เช่น ผู้ที่อาศัยอยู่จังหวัดนครนายกเดินทางไปท่องเที่ยวสวนผึ้งในจังหวัดราชบุรี  
หรือผู้ที่อาศัยอยู่จังหวัดสุพรรณบุรีเดินทางไปท่องเที่ยวทะเลแหวกในจังหวัดกระบี่

2.3 ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นการเดินทางจากภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่  
ไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น คนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศอังกฤษ หรือคนจีนเดินทางไป  
ท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น

การตลาดท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรทำ  
การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม และนอกจากนี้จะต้องมีการ  
ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวควบคู่ให้เป็นไปตามขั้นตอน ดังนี้

1) การเตรียมการเพื่อการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว ในส่วนนี้หน่วยงาน  
ภาครัฐหรือองค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ  
ประเทศจะทำหน้าที่ประสานงานในการจัดทำแผนการตลาดกับธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนและหน่วยงานที่  
เกี่ยวข้อง

2) การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว รวบรวมเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง  
เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ ทั้งการพิจารณากำหนดเป้าหมาย การเสนอขาย ช่องทางการติดต่อ  
และกิจกรรมทางการตลาด

3) การนำแผนการตลาดการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ เป็นการนำแผนที่ได้วางไว้จาก  
การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แล้วนำมาปฏิบัติจริงโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หากระหว่าง  
การดำเนินงานมีกิจกรรมหรือปัญหาที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขให้เหมาะสมตามกรณี เพื่อให้การ  
ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. ด้านสังคม การท่องเที่ยวของมนุษย์อยู่ในรูปแบบของการอยู่ร่วมกันในสังคมซึ่งจะมีการบอกเล่าต่อกันหรือปฏิบัติตามกันมา ซึ่งสามารถแยกออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

3.1 ทักษะคติในการดำเนินชีวิตของประชาชน ในแต่ละสังคมจะมีทัศนคติที่แตกต่างกันในการพักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยวว่าจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตหรือไม่ และจึงเกิดความคิดในการบริหารจัดการเกี่ยวกับพฤติกรรมของตนเองและครอบครัวเพื่อจัดสรรรายได้ในการดำเนินชีวิต รายได้ส่วนใหญ่จะใช้จ่ายสำหรับสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีวิต และรายได้อีกส่วนเพื่อเก็บออมไว้สำหรับใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและจัดสรรเวลาเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย การที่ประชาชนมีทัศนคติดังกล่าว ย่อมส่งผลดีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าประชาชนมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ฟุ่มเฟือย ไม่มีความจำเป็น ก็จะทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตและขยายตัวได้น้อย

3.2 โครงสร้างของอายุประชากร ความแตกต่างของกลุ่มประชากรในสังคม จะมีแนวโน้มในการออกเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ประชากรในวัยทำงาน (ประมาณ 20-60 ปี) และผู้อาวุโสหลังเกษียณอายุการทำงาน (มากกว่า 60 ปี) เป็นกลุ่มที่มักจะมีกำลังทรัพย์เพียงพอที่จะสามารถออกเดินทางท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้อาวุโสหลังเกษียณอายุการทำงานจะมีเวลามากกว่า เนื่องจากไม่มีภาระหน้าที่ในการทำงานจึงทำให้มีเวลาว่างและมีรายได้จากบำนาญ บำนาญ พร้อมทั้งหากเป็นผู้ที่มีสุขภาพร่างกายสมบูรณ์ก็จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา โดยไม่ต้องรอวันหยุดหรือลาพักผ่อนเหมือนกลุ่มประชากรในวัยทำงานที่มีภาระหน้าที่ในการทำงานหรือครอบครัว

3.3 เชื้อชาติ ในความแตกต่างของเชื้อชาติหรือสีผิวในแต่ละสังคม หรือสังคมที่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติและเหยียดสีผิวในสังคมอย่างรุนแรง จะทำให้เกิดการไม่เป็นมิตรระหว่างประชากรภายในประเทศและเป็นปัญหาในการดำเนินชีวิตที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศนั้น ทำให้เป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว

3.4 วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มีการสืบทอดปฏิบัติต่อกันมาเป็นมรดกของสังคมจนถึงปัจจุบัน ซึ่งวัฒนธรรมนั้นเป็นที่สำคัญในด้านสังคม ทำให้เกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว วัฒนธรรมที่เก่าแก่ ดั้งเดิม สำคัญ และน่าสนใจ เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศนั้น สำหรับพื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาคที่ไม่มีชื่อเสียงหรือลักษณะ



เด่นทางวัฒนธรรมก็จะทำให้ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวน้อยลง การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศนั้นก็จะได้ยากลำบาก

3.5 ศาสนา ในแต่ละศาสนามีความเชื่อ คำสอน หรือกฎเกณฑ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อตัวบุคคลและการอยู่ร่วมกันในสังคม โดยมีผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวใน 2 ลักษณะ คือ 1.การรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องมีการศึกษาลักษณะทางพฤติกรรมในการนับถือศาสนาของกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อที่จะเตรียมอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่ขัดกับหลักศาสนา หากไม่ได้มีการเตรียมพร้อมก็จะทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้ยาก 2.การป้องกันปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับประชาชนในท้องถิ่น เกิดจากการไม่มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ในด้านศาสนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงหลักการปฏิบัติต่าง ๆ ทำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และยังทำให้นักท่องเที่ยวมีความผิด โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ทำให้เกิดความเดือดร้อน ส่งผลให้มีความรู้สึกในเชิงลบต่อพื้นที่ประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว

3.6 ความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคม ประเทศหรือภูมิภาคที่มีความสงบ บ้านเมืองมีความเรียบร้อย ประชาชนในสังคมไม่มีความขัดแย้งกัน หรืออาจจะมีบ้างเพียงเล็กน้อยเป็นปกติ มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน สถานการณ์ดังกล่าวนี้ก็เป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจเดินทางมาพักผ่อนหรือท่องเที่ยวในประเทศหรือภูมิกานั้น โดยมีผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ 1.ความรู้สึกปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เกิดจากการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากบุคคลที่รู้จักแล้วบอกกล่าวต่อกันมา หรือการได้รับประสบการณ์โดยตรงจากตนเองจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่แห่งนั้นว่ามีความปลอดภัยมากน้อยเพียงใด และความรู้สึกที่ได้กลับมาจากการเดินทางเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ 2.ปัญหายาเสพติด เป็นสิ่งที่ทั่วโลกตระหนักถึงความร้ายกาจที่จะก่อให้เกิดปัญหาขึ้นในสังคม ในการบริหารและพัฒนาขององค์กรหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องสนใจและให้ความสำคัญเพื่อป้องกัน และปราบปรามยาเสพติดในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างความมั่นใจกับนักท่องเที่ยวจากปัญหาอันเนื่องมาจากยาเสพติด 3.ปัญหาโสเภณีเด็กและการใช้แรงงานเด็ก เป็นสิ่งหนึ่งที่มีผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว หากประเทศนั้นมีการนำเด็กและเยาวชนไปให้บริการเป็นโสเภณี ก็จะมีมาตรการตัดความสัมพันธ์จากประชาคมโลก ทั้งยังรณรงค์ไม่ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวต่อต้านและตัดสินใจไม่เดินทางไปยังประเทศดังกล่าว

4. ด้านการเมือง เป็นเรื่องของการบริหารประเทศ การปกครอง การแข่งขันระหว่าง พรรคการเมือง กลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ ของประเทศและภูมิภาคนั้น ปัจจัยด้านการเมืองที่สำคัญส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่

4.1 กลุ่มอิทธิพลที่เป็นผู้ใช้อำนาจทางการเมือง เป็นบุคคลหรือคณะบุคคลที่มาจากการเลือกตั้งหรือการปฏิวัติภายในประเทศ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีอำนาจในการบริหารประเทศโดยใช้อำนาจทางการเมือง โดยใช้อุดมการณ์และนโยบายของตนเองเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของประเทศ ทางมั่นคงทางสังคม ทางเศรษฐกิจ ในที่นี้หากบุคคลหรือคณะบุคคลที่มีความรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ก็จะทำให้มีการกำหนดไว้ในนโยบายและแผนการพัฒนาของประเทศ ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาอยู่เสมอ แต่หากขาดความรู้และความเข้าใจในการท่องเที่ยว ประเทศนั้นก็อาจจะไม่ได้รับการสนับสนุนและพัฒนาเท่าที่ควร

4.2 สถานการณ์การเมืองภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นสิ่งที่มีผลทางด้านความรู้สึกลึกซึ้งของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทาง เหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นจะทำให้กระแสการเดินทางท่องเที่ยวลดน้อยลงเนื่องจากความไม่ปลอดภัยในสถานการณ์นั้นที่เกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกระทบโดยตรงจากรายได้ที่เกิดจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวหายไป

4.3 นโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หากรัฐบาลมีนโยบายที่จะกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น จะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการท่องเที่ยวโดยอาจจะมีการผ่อนผันกฎระเบียบต่าง ๆ และสิทธิพิเศษในการเดินทางระหว่างประเทศที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากขึ้น

5. ด้านเศรษฐกิจและการเงิน เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศที่สำคัญ และมีผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นตัวกำหนดอำนาจในการตัดสินใจของลูกค้าที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณา ได้แก่

5.1 รายได้ของประชากร เป็นสิ่งที่ใช้พิจารณานักท่องเที่ยวว่ามีอำนาจในการซื้อ มากหรือน้อยเพียงใด หากเป็นประเทศที่ประชากรมีรายได้สูง ย่อมมีโอกาสในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มประชากรที่รายได้ต่ำ แต่ถึงอย่างไรก็ตามอัตราค่าครองชีพของประเทศนั้นก็สูงตามไปด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวคำนึงเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

5.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ที่มีความแตกต่างกันจากค่าเงินแข็งและค่าเงินอ่อน นักท่องเที่ยวของประเทศใดที่มีค่าเงินแข็งและเดินทางไปยังประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่า ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจในการซื้อมากหรือการใช้จ่ายในราคาที่ถูกลง

5.3 ภาษีอากร คือ ส่วนที่รัฐนำมาใช้จ่ายสำหรับการบริหารประเทศ โดยจัดเก็บภาษีอากรจากการประกอบธุรกิจ หรือทำธุรกรรมตามกฎหมายของบุคคลภายในประเทศ และนอกจากนี้ ยังช่วยในเรื่องการควบคุมพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน เป็นเครื่องมือดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายใช้สอย เป็นต้น

5.4 นโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล คือ สิ่งสำคัญในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ หากรัฐบาลตระหนักและให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศ ก็จะทำให้การบริหารและการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเป็นนโยบายที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนำไปสู่การปฏิบัติ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะเจริญเติบโตและขยายตัวเพิ่มมากขึ้น แต่หากได้รับการสนับสนุนหรือให้ความสำคัญจากรัฐ โอกาสในการเจริญเติบโตในธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศนั้นก็จะเป็นไปได้ยาก

5.5 การรวมตัวกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ปัจจุบันมีการรวมตัวระหว่างประเทศเพื่อเข้าเป็นกลุ่มเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป (European Union หรือ E.U.) ในทวีปยุโรป กลุ่มประเทศความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (Asia Pacific Economics Co-operation หรือ APEC) กลุ่มประเทศความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจดังกล่าว มีการวางแผนในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวและยังมีหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติในเรื่องของการผ่อนปรนกฎระเบียบการเดินทางและการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือนักท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

5.6 ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่อาจจะเกิดขึ้นในระดับประเทศหรือระดับภูมิภาค ย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว กล่าวคือ จะทำให้ปริมาณการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศที่ประสบปัญหาภาวะวิกฤตลดน้อยลง เนื่องจากประชากรเกิดปัญหาการว่างงาน ธุรกิจล้มสลายหรือปิดกิจการ ประชากรจึงมีรายได้น้อยลงทำให้อำนาจในการซื้อลดลงตามมาด้วย จึงจำเป็นต้องประหยัดเงินเพื่อใช้ในสิ่งที่จะเป็น แต่ทั้งนี้การที่มีภาวะวิกฤตเศรษฐกิจอาจจะปรับเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสด้วยการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยค่าเงินของประเทศที่อ่อนตัว ทำให้นักท่องเที่ยวของ

ประเทศที่มีค่าเงินแข็งมีโอกาสดักสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพราะมีอำนาจในการซื้อที่มากกว่า เป็นต้น

6. ด้านกฎหมาย สุรินรัตน์ แก้วทอง (2557) ได้กล่าวว่า ในด้านของกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวมีทั้งด้านบวกและด้านลบต่อธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ด้านสินค้าและบริการเปิดกว้างมากขึ้น ลดการกีดกันทางการค้าและการซื้อขายระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกันเพิ่มมากขึ้น ๆ และธุรกิจท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในสาขาที่สำคัญที่ได้รับผลกระทบ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยมาก มีสถานสำคัญที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มาก และทำให้เกิดการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้นนั่นจึงเป็นโอกาสในการสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้มีการกำหนดกรอบความตกลงด้านการค้าบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) เพื่อเปิดโอกาสให้นักลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียนถือหุ้นธุรกิจบริการ ทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและนักลงทุน ในด้านบวกจะทำให้นักลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้านมีโอกาสลงทุนมากมีความเข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่ในขณะเดียวกันนั้นการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ซึ่งกำหนดให้จัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือ ททท. พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 ซึ่งจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาระบบธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2527 เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายหลายฉบับคอยส่งเสริม และควบคุมการดำเนินงานต่าง ๆ ก็ตาม แต่ก็ยังเกิดปัญหาความหละหลวมในการบังคับใช้กฎหมาย และช่องว่างของกฎหมาย ทำให้เกิดปัญหาตามมาให้เห็นอยู่เสมอ เช่น ปัญหาบริษัททัวร์เถื่อนและมัคคุเทศก์เถื่อน ปัญหาการรุกรานป่าสาธารณสมบัติของแผ่นดินของผู้ประกอบการโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยว ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคม เป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ควรได้รับการแก้ไขกฎหมายเพื่อความมั่นคง และศักยภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว มีการคุ้มครองความปลอดภัย และมั่นใจในการดำเนินธุรกิจว่าจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายอีกด้วย

7. ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ การประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม จะต้องมียุทธศาสตร์ทางธุรกิจโดยการคำนึงถึงผู้บริโภค บุคลากรร่วมทางธุรกิจ และสังคมอย่างเป็นธรรม หากไม่มีการคำนึงถึงจริยธรรมก็อาจจะทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องได้ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายจริยธรรมไว้ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 “คำว่า ธรรม หมายถึงความดี ส่วนคำว่า จริย หมายถึง ความประพฤติ กิริยาที่ควรประพฤติ ดังนั้นความหมายของ จริยธรรม คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ”

สุมน อมรวิวัฒน์ (2530) กล่าวว่า จริยธรรม คือ แบบแผนการประพฤติตน โดยยึดหลักศีลธรรมของศาสนา เพื่อนำมาปฏิบัติให้ถูกต้องต่อหลักสากลหรือสังคมยอมรับว่าถูกต้องอย่างเหมาะสม

Piaget (1960) ได้กล่าวว่า จริยธรรม คือ องค์ประกอบของกฎเกณฑ์ที่บุคคลยอมรับว่าถูกต้องดีงามควรประพฤติปฏิบัติตน เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคม

Brown (1965) ได้อธิบายว่า จริยธรรมหมายถึงระบบของกฎเกณฑ์ใช้ในการวิเคราะห์ความประพฤติที่ผิดหรือถูก ของบุคคล จริยธรรมมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนามาจากประสบการณ์ของบุคคล โดยจริยธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ความรู้ (Knowledge) ความประพฤติ (Conduct) และ ความรู้สึก (Feeling)

สรุปได้ว่า จริยธรรม หมายถึง การประพฤติตนในทางที่ดีและเป็นที่ยอมรับของสังคม ไม่กระทำการอันใดที่ขัดต่อหลักศีลธรรม และนอกจากจริยธรรมที่ควรมีทางธุรกิจแล้ว ยังจำเป็นจะต้องมีเรื่องของจรรยาบรรณในวิชาชีพอีกด้วย ความหมายของจรรยาบรรณมี ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง “ประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบ อาชีพการงานแต่ละอย่างกำหนดขึ้น เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียงและฐานะของสมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้”

ติน ปรัชญพฤทธิ์ 2542 (อ้างถึงใน Boston Ally and Bacon,1994) ได้ให้ความหมายว่า จรรยาบรรณ หมายถึง มาตรฐานในการปฏิบัติตนต่อผู้อื่นของบุคคลในอาชีพนั้นว่ามีความถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่ โดยใช้ศีลธรรมเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์

สรุปได้ว่า จรรยาบรรณ หมายถึง สิ่งที่เป็นกฎเกณฑ์เฉพาะของวิชาชีพนั้น ๆ ที่ผู้ประกอบอาชีพควรปฏิบัติตนตามอย่างถูกต้องและไม่ทำให้ผู้ร่วมอาชีพเกิดผลกระทบต่อความเสื่อมเสียชื่อเสียง

ในธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นงานบริการ จริยธรรมและจรรยาบรรณเป็นสิ่งที่สำคัญในการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว ควรมีจริยธรรมและจรรยาบรรณและในที่นี่จะยกตัวอย่างประเด็นสำคัญ ดังนี้ ละเอียด ศิลาน้อย (2554, น.57-64)

#### 7.1 จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว

7.1.1 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีความรับผิดชอบต่อธุรกิจของตนและอุทิศตนตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยวด้วยความรัก เต็มใจ และอดทน ไม่ละทิ้งนักท่องเที่ยวและต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ต้องยอมรับการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม และปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

7.1.2 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรมีการสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น และเคารพต่อกฎหมายของภูมิภาคหรือประเทศเจ้าบ้านด้วย

7.1.3 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรประกอบธุรกิจโดยไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และร่วมรักษามรดกทางธรรมชาติเอาไว้ร่วมกัน เพื่อเป็นสิ่งเกื้อหนุนเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ให้การเจริญเติบโตได้อย่างเต็มที่

7.1.4 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารการบริการของตนและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องตามข้อเท็จจริงและถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว โดยมีหลักฐานประกอบความน่าเชื่อถือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับการนำเที่ยวทุกอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมีการชำระเงิน โดยไม่หลอกลวงผู้บริโภคอย่างเด็ดขาด

7.1.5 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องประกอบธุรกิจโดยซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเอง ต่อเครือข่ายธุรกิจของตน และจะต้องรับผิดชอบทุกการดำเนินการ ไม่แสวงหาผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรมจากนักท่องเที่ยว ไม่เป็นตัวแทนหลอกลวงใด ๆ กับนักท่องเที่ยว

7.1.6 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะต้องให้โอกาสบุคลากรทางการท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาในการทำงาน และมีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ โดยจะต้องเป็นบุคคลที่มีใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนไว้กับหน่วยงานของการท่องเที่ยว และจะต้องจำค่าตอบแทนตามปกติ หรือคืนเงินส่วนต่างที่มัคคุเทศก์จ่ายไปก่อนในกรณีฉุกเฉินระหว่างการจ้ดนำเที่ยวภายใน 15 วันหลังจากสิ้นสุดการนำเที่ยว

## 7.2 จรรยาบรรณของมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว

7.2.1 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวจะต้องมีความรับผิดชอบและอุทิศตนในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างสุดความสามารถ ด้วยความรัก เต็มใจ และอดทน ไม่ละทิ้งนักท่องเที่ยวและต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

7.2.2 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวจะต้องศึกษาและมีความรู้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนนำเที่ยวอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี เศรษฐกิจและการเมืองการปกครอง การศึกษา และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นนั้น ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน และให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว หากข้อมูลใดไม่ทราบแน่ชัดไม่ควรพูดออกไปและไม่ควรพูดอะไรเกินความเป็นจริง นอกจากนี้ไม่ควรชักจูงหรือพูดส่อเสียดเรื่องของ เพศ การเมือง ศาสนา การเหยียดชนชาติพันธุ์ เป็นต้น

7.2.3 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวจะต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อมอยู่เสมอ สำหรับการนำเที่ยว ทั้งด้านร่างกาย วาจา และจิตใจให้เหมาะสมและจะต้องเป็นคนตรงต่อเวลานัดหมายอยู่เสมอ

7.2.4 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวจะต้องให้เกียรติแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และจะต้องทราบถึงวิถีชีวิต ธรรมเนียม และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น

7.2.5 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวจะต้องปฏิบัติหน้าที่โดยซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเอง นักท่องเที่ยว และบุคลากรร่วมสายอาชีพ ควรรักษาชื่อเสียงของตนเอง บริษัท และประเทศให้ มีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ ไม่ควรหลอกลวงนักท่องเที่ยวเพื่อหาผลประโยชน์ส่วนตน

7.2.6 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวจะต้องมีใบอนุญาตประกอบการนำเที่ยวที่ถูกต้องตามกฎหมายจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ตัวอย่างปัญหาธุรกิจนำเที่ยวที่เกิดจากการขาดจริยธรรมและไร้จรรยาบรรณ มีดังนี้

ทัวร์ศูนย์เหรียญ หรือ Zero-Dollar Tour / Kick Back Tour คือ คณะนักท่องเที่ยวเงินที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยโดยซื้อทัวร์จากเอเจนต์ภายในประเทศของตนเองในราคาที่ต่ำกว่าทุน ต้องการจำนวนลูกค้าทัวร์ที่มากแม้จะได้กำไรไม่เยอะต่อรายหัวก็ตาม แต่เมื่อรวมกันแล้วก็เป็นเงินที่มากพอสมควร จากนั้นก็ส่งลูกค้ามายังบริษัททัวร์ที่เป็นตัวแทนในประเทศไทย โดยที่ตนไม่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยว จึงเรียกว่า ศูนย์เหรียญ หมายถึง ไม่มีการเก็บค่าทัวร์แม้แต่ดอลลาร์เดียว ซึ่ง

บริษัททัวร์ในประเทศไทยเมื่ออยู่ในวงจรทัวร์ศูนย์เหรียญนี้แล้ว จะต้องแบกรับค่าใช้จ่ายให้แก่ลูกค้าทัวร์กลุ่มนั้น ๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าไกด์นำเที่ยว ค่ารถขนส่ง เป็นต้น จึงหาทางเพื่อให้ได้กำไรคืนจากลูกค้าทัวร์เหล่านี้ด้วยการพาไปชมโชว์ลามก ชื่อของในราคาแพงมาก พาไปทานอาหารในราคาที่แพงเกินจริง ฯลฯ ซึ่งบริษัททัวร์และไกด์จะได้เปอร์เซ็นต์ และกำไรในการถอนทุนคืนจากสิ่งเหล่านี้ หากนักท่องเที่ยวไม่ยอมจ่ายก็จะถูกข่มขู่รีดไถด้วยการยึดพาสปอร์ต หรือลอบแพนกันท่องเที่ยว

นอมนิ หมายถึง การที่นักธุรกิจต่างชาติที่จะประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยให้ตัวแทนในประเทศไทยถือหุ้นและจดทะเบียนประกอบธุรกิจแทนชาวต่างชาติเพื่อจะให้ถูกกฎหมายจนส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ถูกกฎหมายโดยตรงจากคนไทย

ไกด์ผี - ไกด์เถื่อน หมายถึง ชาวต่างชาติที่เข้ามาทำหน้าที่มัคคุเทศก์ในประเทศไทยอย่างผิดกฎหมาย ทำให้เกิดปัญหาการแย่งงานทำของมัคคุเทศก์ไทยที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกกฎหมาย และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง

### 2.3.1 ความหมายความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง โอกาสหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ที่จะส่งผลกระทบต่อทำให้ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเบี่ยงเบนไป ซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต และมีผลกระทบหรือทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร โดยการวัดจากผลกระทบ (Impact) ที่ได้รับและโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ของเหตุการณ์

ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง เหตุการณ์ การกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหาย หรือล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะบรรลุ ความสำเร็จต่อการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยงานและระดับบุคคลได้

พจนต์ คัมร่าไพ (2546) ได้กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง ความเป็นไปได้ หรือ โอกาสที่ผลการดำเนินงานจะเปลี่ยนแปลงไปจากเป้าหมายเดิม อาจทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อกิจการอย่างมีนัยสำคัญ

ปราชญา กล้าผจญ (2551, น.21) ให้ความหมายของความเสี่ยงไว้ดังนี้ หมายถึง สิ่งที่เป็นอันตรายบางอย่างที่อาจจะเกิดขึ้น ความเสี่ยงเกิดจากความไม่แน่นอน ซึ่งสามารถวัดความ



น่าจะเป็น หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละองค์กร ต่างก็มีมุมมองเรื่องความเสี่ยงแตกต่างกันไปในแต่ละสายอาชีพ

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2550, น.14) ได้กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่อาจจะเกิดขึ้น ก่อให้เกิดอันตราย หรือส่งผลกระทบต่อกิจกรรม ทางธุรกิจหรือแผนการต่าง ๆ องค์กรจะต้องคำนึงถึงอยู่เสมอไม่สร้างความเสี่ยงให้กับองค์กรของตนเอง ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องหาโอกาสที่จะสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่หน่วยงานหรือองค์กรของตน

เจนเนตร มณีนาค (2548, น.5) ได้กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์หรือการกระทำ ที่อาจจะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหาย และลดโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในระดับประเทศ ระดับองค์กร ระดับหน่วยงานและบุคลากรได้

เจริญ เจษฎาวัดย์ (2546, น.15) ได้กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่องค์กรจะเกิดการขาดทุน หรือการดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามแผนงานหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ กล่าวคือเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมจากเดิมในตอนแรก ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขการดำเนินงาน และทำให้เกิดความล่าช้า แต่ทั้งนี้อาจจะส่งผลให้ความเสี่ยงลดลงหรือหมดไปก็ได้

จากความหมายของความเสี่ยงข้างต้นที่ผู้วิจัยได้นำมากล่าวถึงนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเสี่ยงหมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเกิดขึ้นในเวลาที่เราไม่สามารถคาดการณ์ได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลเสียและมีผลกระทบต่อองค์กร ทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินงานได้ เป็นอุปสรรคในการทำให้ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนด

การบริหารความเสี่ยง คือ การบริหารปัจจัยเสี่ยง โดยมีการควบคุมกิจกรรมกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ อย่างมีหลักการ โดยการลดสาเหตุของแต่ละโอกาสเพื่อทำให้ระดับของความเสียหายในอนาคตอยู่ในระดับที่องค์กรสามารถยอมรับ ประเมิน ควบคุมและตรวจสอบได้ตามเป้าหมายขององค์กร

นฤมล สะอาดโณม (2550, น.8) กล่าวถึงความหมายการบริหารความเสี่ยง คือ วิธีการบริหารจัดการที่เป็นไปเพื่อการคาดคะเนสถานการณ์ในอนาคตและช่วยลดผลเสียของความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

พงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์ (2552, น.29) ได้กล่าวถึง การบริหารความเสี่ยง คือ กระบวนการวางแผนการบริหารและการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยให้องค์กรตัดสินใจ

หาวิธีการที่ดีที่สุด ให้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ เป็นารลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ประเมินได้ ควบคุมได้ และตรวจสอบได้ โดยมีค่าใช้จ่ายน้อยและคำนึงถึง การบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ

ดวงใจ ช่วยตระกูล (2551, น.25) ได้กล่าวว่า การบริหารความเสี่ยง คือ การจัดกระบวนการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยจัดการวางแผนเพื่อวิเคราะห์ กำหนด พัฒนาทางเลือกในการบริหารความเสี่ยง และมีการติดตาม ควบคุม ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

อุษณา ภัทรมนตรี (2552) กระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process) หมายถึง กระบวนการในการระบุเหตุการณ์เพื่อประเมินความเสี่ยงและหาวิธีการตอบสนอง ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทำให้องค์กรสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์

จากความหมายของการจัดการความเสี่ยงข้างต้นที่ผู้วิจัยนำมาถ่วงถ่วงนั้น ผู้วิจัย สามารถสรุปได้ว่า การจัดการความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง อย่างเป็นขั้นตอนและมีหลักการ เพื่อช่วยจัดการกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นและความเสี่ยงที่เกิดขึ้น แล้วให้ลดลงหรือหมดไป และสามารถทำให้หน่วยงานหรือองค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

### 3.2.1 ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมหลากหลายดังนั้นจะกล่าวถึง ประเภทของความเสี่ยงเพื่อจะให้เกิดมุมมองในการวิเคราะห์จากปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ ประเภทของ ความเสี่ยงมี 4 ด้าน ดังนี้ จิรพร สุเมธีประสิทธิ์และคณะ (2556, น.48-50)

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) คือ ความเสี่ยงที่มีผลกับแผนกลยุทธ์ของ องค์กร และรวมไปถึงเรื่องการตัดสินใจในการบริหารที่มีผลต่อกระบวนการและทิศทางในการ ดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่เป็นอุปสรรค ทำให้การดำเนินงานไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรได้ กำหนดไว้

2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นระหว่าง การดำเนินงานตามกลยุทธ์ และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ เช่น

2.1 การขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา เฉพาะทาง ที่มีทักษะ

2.2 การขาดความร่วมมือจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การขาดการบริหารเชิงจัดการ กาดัดสินใจที่ผิดพลาดของฝ่ายบริหาร

2.4 การทำงาน โดยไม่มีขั้นตอนในการดำเนินงานที่เหมาะสม

2.5 การทุจริตของบุคลากรภายในองค์กร และบุคลากรองค์กรอื่น เป็นต้น

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Finance Risk) คือ ความเสี่ยงจากการควบคุม การบริหารงบประมาณและเงินทุนต่าง ๆ ที่ไม่เป็นระบบและไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เช่น มีการใช้เงินมากเกินไป ความจริง ใช้ผิดประเภท ทำให้การดำเนินงานไม่ต่อเนื่องและไม่บรรลุตามเงื่อนไขที่กำหนด

4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบหรือกฎหมาย (Compliance Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการ ไม่ปฏิบัติหรือฝ่าฝืนตามกฎระเบียบขององค์กร หรือสังคม ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

นางนภัส เทียงกมล (ม.ป.ป., น.86-87) ได้แบ่งความเสี่ยงเป็น 9 ประเภท ดังนี้

1. ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) ประเทศไทยเคยเกิดความเสี่ยงทางการเงินของของสถาบันการเงินที่ทำให้ต้องล้มละลายในปี 2540 เนื่องจากไม่มีการวางระบบบริหารความเสี่ยงทางการเงิน หรืออีกหนึ่งตัวอย่างก็คือ กรณีที่ประเทศสิงคโปร์มีการบริหารความเสี่ยงทางการเงินด้วยการออกตราสารอนุพันธ์ นายนิค ลีสัน (Nick Leeson) ได้ใช้ตราสารอนุพันธ์ผิดวัตถุประสงค์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการกระทำที่เกิดจากบุคคลเพียงคนเดียวสามารถก่อความเสี่ยงทางการเงินให้เกิดขึ้นอย่างมหาศาล การขาดการตรวจสอบ ดูแล กำกับติดตามและการบริหารจึงทำให้เกิดความเสี่ยงขึ้นได้อย่างง่ายดาย

2. ความเสี่ยงทางการปฏิบัติงาน (Operation Risk) หมายถึง ด้วนบุคลากรภายในองค์กรเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการประมาทของพนักงานจนก่อให้เกิดอันตราย เช่น การทุจริตของพนักงาน เป็นต้น

3. ความเสี่ยงทางกลยุทธ์ (Strategic Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการจัดทำนโยบายและการวางแผนกลยุทธ์ ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ต้องมีการคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีอยู่ขององค์กร และไม่ทำให้ความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจากเดิมในอนาคต และควรมีขั้นตอนที่นำแผนกลยุทธ์นั้นไปใช้อย่างระมัดระวัง

4. ความเสี่ยงทางกฎระเบียบ (Regulatory Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่กระทบต่อองค์กรในทางลบ เช่น เปลี่ยนแปลงอำนาจการปกครอง

5. ความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง (Economic2Political Risk) ความเสี่ยงที่เกิดจากความขัดแย้งระหว่างประเทศ ทำให้บริษัทไม่สามารถเก็บเงินค่าสินค้าได้

6. ความเสี่ยงทางธรรมชาติ (Natural Events) เช่นการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิ (Tsunami) ที่ภาคใต้ของประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ.2547

8. ความเสี่ยงทางเทคโนโลยี (Technological Risk) ระบบเมนเฟรมมีปัญหา เครื่องข่าย อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ ข้อมูลสูญหายไปจากคอมพิวเตอร์โดนระบบไวรัส ถูกละเมิดลิขสิทธิ์ทางเทคโนโลยี เป็นต้น

9. ความเสี่ยงทางการก่อการร้าย (Terrorized Risk) เช่นเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมที่ ศูนย์การค้า World Trade Center เมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ.2541 เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552, น.112) ระบุความเสี่ยงไว้ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ คือ ความเสี่ยง เรื่องนโยบาย แผน พันธกิจ กลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ของสถานศึกษา

2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน คือ เป็นความเสี่ยงในด้านการแนะแนว ปัญหาในการปฏิบัติงาน การประกันคุณภาพ การพัฒนาสถานศึกษาและพฤติกรรมนักเรียน งานธุรการกำกับ ติดตาม การพัฒนาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำวิจัยในชั้นเรียน

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ ความเสี่ยงในการบริหารงบประมาณทั้งหมด จัดสรร ด้วยการจัดทำบัญชี การใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นต้น

4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎระเบียบ คือ ความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของต้นสังกัด โดยมีการตรวจสอบและควบคุม

นฤมล สะอาด โฉม (2550) ได้แบ่งประเภทของความเสี่ยงออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ความเสี่ยงที่ปรากฏและความเสี่ยงตามความคิด

ความเสี่ยงที่ปรากฏ หมายถึง ความเสี่ยงที่ค่าเบี่ยงเบนมีผลต่างไปจากความคาดหวัง ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่สามารถประเมินความคาดหวังและสถิติได้ และผลที่ได้จะแจ่มแจ้งตัวแปรความเสี่ยง

ความเสี่ยงตามความคิด หมายถึง ความเสี่ยงที่เป็นความรู้สึก ไม่สามารถประเมินค่าใด ๆ ได้ และจะมีความแตกต่างในแต่ละบุคคล

2. ความเสี่ยงที่แท้จริงและความเสี่ยงจากการเกร็งกำไร

2.1 ความเสี่ยงที่แท้จริง หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องของการเก็งกำไร ทั้งนี้ความเสี่ยงที่แท้จริงสามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ ความเสี่ยงตัวบุคคล ความเสี่ยงทรัพย์สิน และความเสี่ยงระบบกฎหมาย

2.2 ความเสี่ยงจากการเก็งกำไร หมายถึง ความเสี่ยงที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเก็งกำไร ไม่ได้เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ผลจากการเก็งกำไร ได้แก่ ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ ความเสี่ยงจากการพนัน ความเสี่ยงจากการลงทุน ฯลฯ จึงมีโอกาสได้กำไร เท่าทุน หรือขาดทุน

### 3. ความเสี่ยงพื้นฐาน และความเสี่ยงเฉพาะ

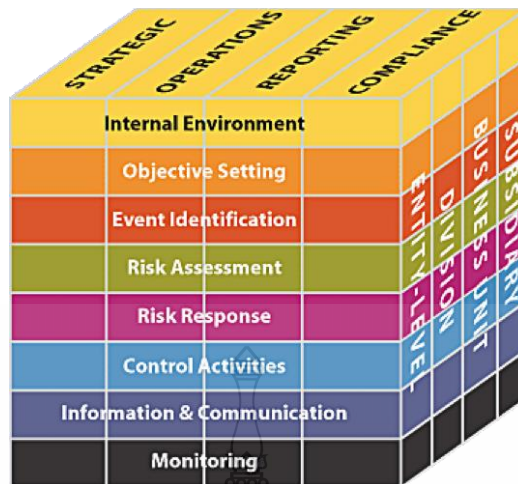
3.1 ความเสี่ยงพื้นฐาน หมายถึง ความเสี่ยงที่ทำให้เกิดความเสียหายและความสูญเสียที่เกี่ยวกับบุคคลจำนวนมากหรือสังคม เช่น การเงิน หรือภัยธรรมชาติ การวางแผนในการควบคุมความเสี่ยงพื้นฐานจะต้องใช้นโยบายระดับมหภาค

3.2 ความเสี่ยงเฉพาะ หมายถึง ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง การวางแผนควบคุมความเสี่ยงเฉพาะนั้นสามารถทำได้ในระดับจุลภาค

#### 2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีการจัดการความเสี่ยง

กระบวนการจัดการความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญอย่างมากในการจัดการความเสี่ยง เป็นการจักระบบขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาความเสี่ยงไม่ให้ส่งผลกระทบต่อองค์กร ทั้งนี้ ได้มีหน่วยงาน องค์กร และนักวิชาการหลายท่านได้ออกแบบกระบวนการจัดการความเสี่ยงไว้ ดังนี้

การบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO มีองค์ประกอบ 8 ประการ ซึ่งครอบคลุมแนวทางการกำหนดนโยบายการบริหารงาน การดำเนินงาน และการบริหารความเสี่ยง ดังนี้



ภาพที่ 2.2 COSO CUBE

ที่มา : <http://ermthailand.blogspot.com/> (สืบค้นข้อมูล ณ 18 พฤศจิกายน 2560)

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

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) องค์กรต้องพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารความเสี่ยง ให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์และความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ เพื่อวางเป้าหมายในการบริหารความเสี่ยงขององค์กรได้อย่างชัดเจน และเหมาะสม

3. การบ่งชี้เหตุการณ์ (Event Identification) เป็นการรวบรวมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับหน่วยงาน ทั้งในส่วนของปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากภายในและภายนอกองค์กร เช่น นโยบายบริหารงาน บุคลากร การปฏิบัติงาน การเงิน ระบบสารสนเทศ ระเบียบ กฎหมาย ระบบบัญชี ภาษีอากร ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจต่อเหตุการณ์และสถานการณ์นั้น เพื่อให้ผู้บริหารสามารถพิจารณากำหนดแนวทางและนโยบายในการจัดการกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

4. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) การประเมินความเสี่ยงเป็นการจำแนกและพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่มีอยู่ โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) โดยสามารถประเมินความเสี่ยงได้ทั้งจากปัจจัยความเสี่ยงภายนอกและปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร

5. การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response) เป็นการดำเนินการหลังจากที่องค์กรสามารถบ่งชี้ความเสี่ยงขององค์กร และประเมินความสำคัญของความเสี่ยงแล้ว โดยจะต้องนำความเสี่ยงไปดำเนินการตอบสนองด้วยวิธีการที่เหมาะสม เพื่อลดความสูญเสียหรือโอกาสที่จะเกิดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้

6. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) การกำหนดกิจกรรมและการปฏิบัติต่าง ๆ ที่กระทำเพื่อลดความเสี่ยง และทำให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร เช่น การกำหนดกระบวนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความเสี่ยงให้กับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าจะสามารถจัดการกับความเสี่ยงนั้นได้อย่างถูกต้องและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

7. สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) องค์กรจะต้องมีระบบสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปพิจารณาดำเนินการบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปตามกรอบ และขั้นตอนการปฏิบัติที่องค์กรกำหนด

8. การติดตามประเมินผล (Monitoring) องค์กรจะต้องมีการติดตามผล เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินการว่ามีความเหมาะสมและสามารถจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

การบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน AAIRM เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดย The AIRMIC, ALARM, IRM, (AAIRM), Standard 1 ซึ่งมาตรฐานนี้ เป็นต้นแบบให้กับมาตรฐาน AS/ NZ4360 และมาตรฐาน M-o-R ของประเทศอังกฤษบางส่วน มาตรฐาน AAIRM จะครอบคลุมเกี่ยวกับคำที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงกระบวนการในการบริหารความเสี่ยง การค้นหา การวิเคราะห์ การประเมินผล การรายงานผล การจัดการ การติดตามผล และการทบทวนกระบวนการการบริหารความเสี่ยง มาตรฐานความเสี่ยงนี้ได้มาจากผลการศึกษาและยกโครงสร้างมาตรฐานโดยองค์กรบริหารความเสี่ยงหลักของประเทศอังกฤษ โดยเฉพาะ AIRMIC, RMA, IRM ได้การยอมรับ และนำไปปรับใช้ในการบริหารโดยองค์กรต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นมาตรฐานการบริหารที่ดี AAIRM กำหนดประเภทของความเสี่ยงที่องค์กรอาจจะประสบปัญหา และมีตัวขับเคลื่อนที่ต้องพิจารณาทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ประเภทของความเสี่ยงหลัก ๆ ตามมาตรฐานนี้แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ 2) ความเสี่ยงด้านการเงิน 3) ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ 4) ความเสี่ยงด้านภัยพิบัติ สาธารณภัย วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ระดับองค์กรการค้นหาความเสี่ยง

องค์ประกอบการบริหารความเสี่ยงที่เพิ่มมูลค่าให้องค์กร ได้แก่

1. การกำหนดกรอบความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมมีความสอดคล้องกัน และมีการควบคุมความเสี่ยงร่วม
2. การปรับปรุงแก้ไขกระบวนการในการตัดสินใจ การวางแผน การลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากกิจกรรมทางธุรกิจว่าอยู่ในระดับใดบ้าง และลักษณะของโอกาสหรือภัยคุกคามจากภายนอก
3. การมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและการจัดสรรทรัพยากรเงินกองทุน
4. การลดความผันผวนในส่วนที่ไม่ใช่ธุรกรรมหลัก ๆ ขององค์กรลงให้เหลือน้อยที่สุด
5. การป้องกันและเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์และภาพลักษณ์ขององค์กร
6. การสนับสนุนบุคลากรให้มีการพัฒนาความรู้ระยาวตลอดการทำงาน

การบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน M-o-R เป็นมาตรฐานของอังกฤษ สร้างขึ้นโดยหน่วยงาน The UK Office of Government Commerce (OGC) ซึ่งเป็นแบบจำลองการบริหารความเสี่ยงหรือ Management of Risk : Guidance for Practitioners มีการเผยแพร่ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2545 และได้มีการปรับปรุงเป็นฉบับใหม่ในปี พ.ศ. 2550 โดยนำมาตรฐานของ AS/ NZ 4360 และมาตรฐาน AAIRM มาผสมผสานด้วยกัน จึงมีรายละเอียดที่เพิ่มขึ้นจากฉบับแรก

สมชาย ไตรรัตนภิรมย์ (2549;น.12) ได้แบ่งกระบวนการบริหารความเสี่ยงออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Planning) กำหนดขอบเขตของการบริหารตามแผนของโครงการ คำนึงถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมขององค์กรและทรัพยากรภายในองค์กร ผู้ร่วมโครงการอธิบายและวิเคราะห์การจัดการความเสี่ยงในทุกกิจกรรม นั่นคือ แผนการจัดการความเสี่ยง
2. การจำแนกความเสี่ยง (Risk Identification) ข้อกำหนดที่ส่งผลกระทบต่อโครงการ และลักษณะข้อมูลในแต่ละโครงการ ผลผลิตหลักของกระบวนการนี้ คือ การลงทะเบียนความเสี่ยง
3. การวิเคราะห์คุณภาพความเสี่ยง (Qualitative Risk Analysis) จะจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยขึ้นอยู่กับความน่าจะเป็น และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นตามมาภายหลัง



การจำแนกความเสี่ยงแล้ว โดยมีการใช้เครื่องมือและเทคนิคในการจัดลำดับเพื่อลงทะเบียนความเสี่ยง แต่ทั้งนี้ต้องมีการอัปเดตการลงทะเบียนอยู่ตลอดเวลา

4. การวิเคราะห์ปริมาณความเสี่ยง (Quantitative Risk Analysis) เป็นการประเมินค่าผลกระทบของความเสี่ยง โดยผลลัพธ์ออกมาเป็นตัวเลขหรือจำนวนตามวัตถุประสงค์

5. การวางแผนสำหรับผลที่เกิดขึ้นกับความเสี่ยง (Risk Response Planning) ประกอบด้วยการใช้ขั้นตอนในการสร้างโอกาสความสำเร็จและเป็นการลดภาวะความเสี่ยงที่อาจจะพบจากเป้าหมายของโครงการ และการใช้ผลผลิตตามขั้นตอนที่ผ่านมา

6. การควบคุมและการติดตามความเสี่ยง (Risk Monitoring and Control) ประกอบด้วยการจำแนกการติดตามความเสี่ยงและความเสี่ยงที่มีอยู่ การจำแนกความเสี่ยงใหม่ การแยกแยะเกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นจากความเสี่ยงและการประเมินผลของกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงที่ใช้ตลอดโครงการ

ดรอฟแมน (Dorfman, 1997) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ในการบริหารความเสี่ยง 4 กลยุทธ์ คือ

1. Take หรือการยอมรับความเสี่ยง คือ การไม่ทำอะไรใด ๆ กับความเสี่ยง ในที่นี้ใช้กับความเสี่ยงในระดับความเสี่ยงน้อย หรือต้นทุนในการบริหารความเสี่ยงสูงจึงยอมรับความเสี่ยง

2. Treat หรือการลดความเสี่ยง คือ การลดโอกาสที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหาย มีการควบคุมเพื่อป้องกันและแก้ไขอย่างเป็นระบบ และเตรียมแผนสำรองเมื่อฉุกเฉิน

3. Terminate หรือการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง คือ การหยุดหรือไม่กระทำการใด ๆ ที่จะก่อให้เกิดความเสี่ยง โดยเปลี่ยนแปลงแนวทางการทำกิจกรรมนั้นในรูปแบบอื่น

4. Transfer หรือการกระจายหรือถ่ายโอน คือ การลดโอกาสในการผันผวนของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและลดความเสียหายโดยการถ่ายโอนความเสี่ยงไปในทิศทางอื่น เช่น การทำประกันภัย การจ้างบุคลากรภายนอกมาดำเนินการในส่วนนั้นแทน

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วุฒิปันธุ์ สันติมิตร (2557) ศึกษาเรื่อง การจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด ผลจากการวิจัยพบว่าการจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่า การจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยมีการให้ความสำคัญเรื่องการจัดการความเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับ 1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการความเสี่ยง

ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง ด้านข้อมูลส่วนบุคคล ด้านการรับรู้ ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร และประสบการณ์ด้านการมีส่วนร่วมในความเสี่ยง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ แตกต่างกัน แต่ในส่วนของ นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ ช่องทางการรับรู้ข่าวสารและประสบการณ์การมีส่วนร่วมในความเสี่ยง ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษา แนวทางและข้อเสนอแนะการจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วยควรมีการ ขยายแหล่งทาง ซ่อมแซมถนน แนวกันทางโค้ง ป้าย ไฟสัญญาณ ให้พร้อมใช้งาน รวมถึงมีมาตรการ ควบคุมความเร็วในการขับขี่

วรชพร พิวดิ (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ โรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดกระบี่ ผลการจากการวิจัยพบว่า ปัญหาทางด้านการเมืองในประเทศเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวไม่เลือกเดินทางมาในประเทศไทย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการชะลอตัวลงในช่วง เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความไม่ สงบภายในประเทศ ภัยธรรมชาติ และความผันผวนของปัจจัยตลาดโลก เช่น เศรษฐกิจ สังคม และ การเมืองในต่างประเทศ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดปัจจัยความเสี่ยงต่อธุรกิจ โรงแรม และ รีสอร์ทจังหวัดกระบี่ ซึ่งจะต้องมีการจัดการความเสี่ยงเพื่อแก้ปัญหาด้วยการเตรียมกลยุทธ์ทางด้าน การตลาดและด้านการควบคุมค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินงาน โดยที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้อง ร่วมมือกันหาปัจจัยความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและร่วมกันหามาตรการป้องกันจากความเสี่ยงดังกล่าว

ณัชชญา ปัทมทัตตานนท์ (2553) ศึกษาเรื่อง การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ผลจากการวิจัยพบว่า การจัดการความเสี่ยงของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี มีระดับ ความสำคัญระดับมาก และประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัด ปทุมธานี มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยงของ ผู้บริหารสถานศึกษา กับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัด ปทุมธานีมีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับปานกลางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.013) การจัดการความเสี่ยงส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาใน จังหวัดปทุมธานีอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

โชติอาภาณี พัฒนาวงษ์ชัยกุล และชื่นจิตร อังวรารวงศ์ (2560) ศึกษาเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO ของกองคลัง เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการคลัง ผลการประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO ของกองคลัง พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบพบว่า องค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก คือ สารสนเทศและการสื่อสาร และกิจกรรมการควบคุมสำหรับองค์ประกอบด้านอื่น ๆ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาผลการประเมินประสิทธิภาพแยกตามฝ่ายงาน พบว่าฝ่ายที่มีประสิทธิภาพการควบคุมภายในอยู่ในระดับมาก คือ ฝ่ายพัฒนารายได้และจัดเก็บรายได้ ฝ่ายแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ส่วนฝ่ายอื่น ๆ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

กิตติพงษ์ โกษณะสมบัติ (2557) ศึกษาเรื่อง การประเมินผลการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO: กรณีศึกษา หน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO ของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการและเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO ของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการผลการศึกษาในภาพรวมผลการประเมินผลระบบควบคุมภายในของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการตามแนวคิด COSO พบว่าหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการมีระบบควบคุมภายในที่ดี โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพรวมด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุมอยู่ในระดับดี ภาพรวมด้านการประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับดี ภาพรวมด้านกิจกรรมควบคุมอยู่ในระดับดี ภาพรวมด้านสารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในระดับดี และภาพรวมด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับดี

ลีลาศ คุณฟอง (2557) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบแนวคิด COSO-ERM กรณีศึกษา: บริษัท เค สเต โค (เอเชีย) จำกัด พบว่า กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เค สเต โค (เอเชีย) จำกัด มีความสอดคล้องและคล้ายคลึงกับกรอบแนวคิด COSO-ERM อยู่ในระดับดี ซึ่งมีเพียงบางปัจจัยเท่านั้นที่ต้องปรับปรุงให้เหมาะสม เช่น ต้องมีการจัดทำคู่มือการบริหารความเสี่ยงทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ด้านการเงินต้องมีการประเมินความเสี่ยงและมีความชัดเจน เป็นต้น

สุพรรณษา อิ่มมาก (2552) ศึกษาเรื่อง การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในของบริษัท กรณีศึกษา ตามกรอบงานการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรของ COSO ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ

ที่สัมพันธ์กัน 8 ด้าน การศึกษาได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า องค์กรประกอบที่บริษัทกรณีศึกษาปฏิบัติตามมากที่สุดสองด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ และด้านสารสนเทศและการสื่อสาร องค์กรประกอบที่ยังไม่มีการปฏิบัติตามมีสองด้าน ได้แก่ ด้านการระบุเหตุการณ์ และด้านการประเมินความเสี่ยง ส่วนผลการประเมินด้านกิจกรรมควบคุมของฝ่ายที่ทำการศึกษา พบว่า มีความเสี่ยงคงเหลือในระดับสูงเป็นจำนวนความเสี่ยง 10 ความเสี่ยง เป็นความเสี่ยงของฝ่ายการบริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่ ความเสี่ยงในการรักษาความลับข้อมูลที่สำคัญ เช่น เงินเดือน การสรรหาพนักงานใหม่ไม่เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด ไม่ได้จัดทำแผนการฝึกอบรมของพนักงาน และการจ่ายค่าล่วงเวลาโดยไม่ได้รับการอนุมัติจากผู้บริหาร นอกจากนี้เป็นความเสี่ยงของฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด ได้แก่ ความเสี่ยงจากการควบคุมเงินสดรับจากลูกค้า การควบคุมค่าใช้จ่ายในทางการตลาด การใช้บริการกับผู้รับจ้างจัดกิจกรรมทางการตลาดรายเดิม และการจัดกิจกรรมทางการตลาดไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้า

พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ และณัฐฐ์ปาติดา ศรีคาน้อย (2560) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงองค์กรของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปว่า ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงองค์กรตามกรอบ COSO ในระดับมาก ผลจากการวิเคราะห์ความเสี่ยงองค์กรพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงองค์กรด้านกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาการเมือง ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศ การวางแผนปฏิบัติงานไม่สอดคล้องกับแผนระยะยาวหรือแผนกลยุทธ์ ปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการมีความคาดหวังสูงในการรับบริการ และความไม่เข้าใจอย่างครบถ้วนชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายและทิศทางการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของรัฐ ปัจจัยความเสี่ยงองค์กรในด้านการปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากรขาดทักษะความรู้ ขาดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน การทุจริต การจงใจฝ่าฝืนกฎระเบียบข้อบังคับ ข้อกฎหมายด้านการท่องเที่ยวของรัฐ และหัวหน้างานขาดทักษะในการจัดการ ปัจจัยความเสี่ยงองค์กรในด้านการเงินที่สำคัญ ได้แก่ การขาดสภาพคล่องทางการเงิน การผิมนัดชำระหนี้ การควบคุมภายในที่ไม่มีประสิทธิภาพการรั่วไหลทางการเงิน การเกิดหนี้สูญ และการเปลี่ยนแปลงจากอัตราแลกเปลี่ยน ส่วนปัจจัยความเสี่ยงองค์กรในด้านภัยพิบัติสาธารณภัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาหมอกควัน การก่ออาชญากรรม หรือการก่อการร้ายในสถานที่ท่องเที่ยว การก่อการจลาจลชุมนุมทางการเมือง การปฏิวัติรัฐประหาร เหตุการณ์พายุมรสุม และแผ่นดินไหว

รินทร์ลภัส บุญยรัตน์วรกุล (2555) ศึกษาเรื่อง การบริหารความเสี่ยงองค์กรของหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ความเสี่ยงสามารถแบ่งได้ 3 ระดับ จากจำนวน 65 ความเสี่ยง คือ 1. ความเสี่ยงระดับต่ำ สามารถยอมรับได้ไม่ต้องจัดการความเสี่ยงเพิ่มเติม 2. ความเสี่ยงระดับปานกลาง เริ่มจะยอมรับความเสี่ยงไม่ได้จำเป็นต้องมีการลดและควบคุมความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจากเดิม 3. ความเสี่ยงระดับสูง เป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้แล้ว จำเป็นจะต้องมีการจัดการความเสี่ยงอย่างมากที่สุด

ธีรพร เนาว์รุ่งโรจน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของระบบการบริหารความเสี่ยงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จนั้น ได้แก่ ด้านกระบวนการบริหารความเสี่ยง ด้านความรู้ของผู้บริหาร ด้านการสื่อสาร และด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร จึงทำให้การดำเนินงานเป็นปัญหาและมีอุปสรรค

จากงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมานั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การจัดการความเสี่ยงนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ผู้บริหาร หรือองค์กร ล้วนแล้วแต่มีส่วนที่จะหาแนวทางลดความเสี่ยงและป้องกันความเสี่ยง ทำให้การจัดการความเสี่ยงสามารถลุล่วงไปได้ด้วยการมีการบริหารจัดการต่อสื่อสาร และสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคลากรทั้งภายนอกและภายใน และทั้งนี้ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ก็ส่งผลกระทบต่อจัดการความเสี่ยงด้วยเช่นกัน

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

จากสูตร  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนของประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{3272}{(1+3272(0.05)^2)} = 356.42$$

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 356.42 ตัวอย่าง และเพื่อเป็นการลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงสำรองตัวอย่างไว้เพิ่มอีก 4 ตัวอย่าง ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 360 ตัวอย่าง ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ธุรกิจนำเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร	เขตบางรัก	65
	เขตดินแดง	34
	เขตจตุจักร	67
	เขตสวนหลวง	121
	เขตคลองสาน	39
	เขตบางพลัด	34
	รวมทั้งสิ้น 3,272 บริษัท	รวมทั้งหมด 6 เขต จาก จำนวน 50 เขตการปกครอง ของจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling)

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อแบ่งกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 3,272 บริษัท เป็นชั้นภูมิย่อย มีทั้งหมด 6 ชั้นภูมิ 50 เขต และในแต่ละชั้นภูมิแบ่งตามเขตการปกครอง ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, ม.ป.ป.)

1. ฟังรัตนโกสินทร์ มี 9 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตปทุมวัน เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตบางรัก เขตสัมพันธวงศ์ และเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
2. ฟังเจ้าพระยา มี 9 เขต ได้แก่ เขตพระโขนง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตดินแดง เขตคลองเตย เขตบางนา เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา
3. ฟังบูรพา มี 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิและเขตวังทองหลาง
4. ฟังศรีนครินทร์ มี 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวงและเขตคันนายาว
5. ฟังกรุงธนใต้ มี 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค

6. ฟังกรุงธนเหนือ มี 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม

**ขั้นที่ 2** ใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ต่อจากการสุ่มแบบชั้นภูมิในขั้นที่ 1 เพื่อเลือกเขตจากการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร จากทั้งหมด 50 เขต โดยทำการเลือกสุ่มกลุ่มละ 1 เขตการปกครอง ได้ทั้งหมด 6 เขต ดังต่อไปนี้ 1) เขตบางรัก 2) เขตดินแดง 3) เขตจตุจักร 4) เขตสวนหลวง 5) เขตคลองสาน 6) เขตบางพลัด

**ขั้นที่ 3** ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลากจำนวนบริษัทนำเที่ยวในแต่ละเขต จาก 6 เขตให้ครบจำนวน ที่ทำการสุ่มแบบกลุ่มขั้นที่ 2 ดังนี้

1. เขตบางรัก มีทั้งหมด 115 บริษัท จับฉลากมา 65 บริษัท
2. เขตดินแดง มีทั้งหมด 60 บริษัท จับฉลากมา 34 บริษัท
3. เขตจตุจักร มีทั้งหมด 117 บริษัท ฉลากมา 67 บริษัท
4. เขตสวนหลวง มีทั้งหมด 213 บริษัท จับฉลากมา 121 บริษัท
5. เขตคลองสาน มีทั้งหมด 68 บริษัท จับฉลากมา 39 บริษัท
6. เขตบางพลัด มีทั้งหมด 60 บริษัท จับฉลากมา 34 บริษัท

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด โดยแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

**ส่วนที่ 1** เป็นการเก็บข้อมูลทั่วไปของกิจการ ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบการจดทะเบียนกิจการ ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จำนวนพนักงาน

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติการด้านปัจจัยความเสี่ยง มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน และด้านกฎระเบียบ การประเมินได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดค่าแต่ละระดับ ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับการปฏิบัติการอยู่ในระดับมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับการปฏิบัติการอยู่ในระดับมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับการปฏิบัติการอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับการปฏิบัติการอยู่ในระดับน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับการปฏิบัติการอยู่ในระดับน้อยที่สุด



ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ พฤติกรรม ผู้บริโภค การตลาด สังคมและการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจและการเงิน จริยธรรมและจรรยาบรรณการ ประเมินได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนแบบลิเคอร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดค่าแต่ละระดับ ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ความเสี่ยงอยู่ในระดับมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ความเสี่ยงอยู่ในระดับน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ความเสี่ยงอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร การกำหนดวัตถุประสงค์ การระบุเหตุการณ์ การประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม สารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามประเมินผล การประเมินได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนแบบลิเคอร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดค่าแต่ละระดับ ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

#### การทดสอบเครื่องมือ

ก่อนนำแบบสอบถามไปวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นให้ เครื่องมือมีคุณภาพ โดยในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยศึกษางานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ นำมาเป็นข้อมูล พื้นฐานในการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของการ การศึกษา และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไขให้เกิดความเหมาะสมในการวิจัย และให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นผู้ทำการตรวจสอบ มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมตรวจสอบ คุณภาพของเครื่องมือวัด 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item Objective

Congruence) หรือ ค่า IOC โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ สุรพงษ์ คงศักดิ์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์ (2551)

สูตรการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

จากสูตร IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ซึ่งผลคะแนนที่ได้ ข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์ได้ทำการปรับปรุงจนผ่านเกณฑ์ค่าคะแนนดัชนีความสอดคล้องและดำเนินการขั้นต่อไป

ค่า IOC ที่ได้ต้องอยู่ระหว่าง 0.5 ถึง 1.00 ซึ่งหมายถึงว่าผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ทำการพิจารณาแบบสอบถามแล้วลงมติว่าเนื้อหา การใช้ภาษา และ โครงสร้างของแบบสอบถามถูกต้อง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน ว่าแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้เหมาะสมและตรงตามที่ต้องการ และทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Coefficient of Reliability) เกณฑ์ในการยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป ( $\alpha > 0.7$ ) สูตรการคำนวณ ครอนบาชแอลฟา Cronbach's Alpha ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

จากสูตร  $\alpha$  แทนค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

k แทนจำนวนข้อของแบบสอบถาม

$S_i^2$  แทนคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

$S_t^2$  แทนคะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 360 คน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า บทความ วารสาร หนังสือ วิจัยที่เกี่ยวข้อง จากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยหลายแห่ง และข้อมูลจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต

#### ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล รวม 1 เดือน

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และคะแนนความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในแต่ละข้อ ทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่มี ความสมบูรณ์ออกและจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์ ด้วยการลงรหัสที่กำหนดไว้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อประมวลผล

3. วิเคราะห์ตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

3.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage แทน %) เป็นการคำนวณหา สัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด ได้แก่ รูปแบบการจดทะเบียน ประเภทของ ธุรกิจนำเที่ยว ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จำนวนพนักงาน

3.2 ค่าเฉลี่ย (Mean แทน  $\bar{X}$ ) คือ เป็นค่ากลางที่ใช้กับข้อมูลสเกลแบบช่วงและข้อมูล สเกลแบบอัตราส่วน นำมาใช้วิเคราะห์กับปัจจัยความเสี่ยงภายนอกและปัจจัยความเสี่ยงภายใน

3.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation แทน SD) เป็นค่ารากที่สองของผลรวมของความแตกต่างระหว่างข้อมูลดิบกับค่าเฉลี่ยยกกำลังสองหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมดนำมาใช้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกและปัจจัยความเสี่ยงภายใน

3.4 ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำมาวิเคราะห์การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

3.5 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ค่าที่ (Independent - Sample, t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA, F - test) การทดสอบสมมติฐาน จะทำการทดสอบหากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง โดย กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% การแปลความหมายของข้อมูล จะกระทำโดยอาศัยขอบเขตของคะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ ที่กำหนด ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \\ \text{เกณฑ์ประเมิน} &= \text{ระดับคะแนน} + 0.80 \end{aligned}$$

ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง การจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับดี

ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง การจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง การจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง การจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี

ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง การจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับไม่ดี

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ใช้ค่าสถิติ (Independent Sample, t - test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA, F - test) แยกได้ ดังนี้

1. รูปแบบการจดทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่ต่างกัน
2. ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่ต่างกัน

3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

4. จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตลาด ด้านสังคมและการเมือง ด้านเศรษฐกิจและการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ โดยใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านกฎระเบียบ โดยใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการของธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 360 ชุด การตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 360 ชุด และได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลโดยกำหนดสัญลักษณ์และตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่แบบ (t-Distribution) (t-test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่แบบ (F-Distribution) (F-test)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยกำลังสองของคะแนน
LSD	แทน	ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม I และ J
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
r square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
Std. Error	แทน	ค่าคลาดเคลื่อน (Standard Error)

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยความเสี่ยงภายใน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยความเสี่ยงภายนอก

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการความเสี่ยง

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ตารางที่ 4.1 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ	จำนวน (n = 360)	ร้อยละ %	
รูปแบบการจัดทะเบียนกิจการ ประเภทบุคคลธรรมดา	39	10.8	
	321	89.2	
ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว	Domestic Tour	68	18.9
	Inbound Tour	133	36.9
	Outbound Tour	159	44.2
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	น้อยกว่า 1 ปี	0	0
	1-3 ปี	24	6.7
	3-5 ปี	60	16.7
	5 ปีขึ้นไป	276	76.7
จำนวนพนักงาน	น้อยกว่า 30 คน	317	88.1
	30-50 คน	29	8.1
	50-100 คน	4	1.1
	100 คน ขึ้นไป	10	2.8
รวม	360	100.00	

จากตารางที่ 4.1 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จัดทะเบียนกิจการในรูปแบบนิติบุคคล จำนวน 321 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 89.2 มีประเภทของธุรกิจ Outbound Tour มากที่สุด จำนวน 159 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.2 บริษัทส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 276 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 76.7 ซึ่งส่วนใหญ่จะมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน จำนวน 317 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 88.1

## ส่วนที่ 2 ด้านปัจจัยความเสี่ยงภายใน

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านกลยุทธ์โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านกลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ระดับ
1.การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก	3.05	1.021	ปานกลาง	1
2.ไม่มีนโยบายเรื่องกระบวนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น	2.93	1.025	ปานกลาง	2
3.ไม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกิจการและประเมินศักยภาพของธุรกิจตนเอง	2.81	1.077	ปานกลาง	3
4.ผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานธุรกิจเพียงพอ	2.71	1.502	ปานกลาง	4
<b>รวม</b>	<b>2.87</b>	<b>0.945</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านกลยุทธ์ มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีความเสี่ยงด้านกลยุทธ์อยู่ในระดับปานกลาง คือ การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานไม่เหมาะสม หรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05) รองลงมาคือ ไม่มีนโยบายเรื่องกระบวนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93) ไม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกิจการและประเมินศักยภาพของธุรกิจตนเอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81) และผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานธุรกิจเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ



**ตารางที่ 4.3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านการดำเนินงาน โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านการดำเนินงาน	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ระดับ
1. บุคลากรขาดประสิทธิภาพและไม่มีความรู้ในการทำงาน	2.73	1.259	ปานกลาง	3
2. จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการทำงาน	2.80	1.040	ปานกลาง	2
3. การดำเนินงานไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	2.73	1.137	ปานกลาง	3
4. การตัดสินใจที่ผิดพลาดและการประสานงานที่ไม่เข้าใจ	2.94	1.221	ปานกลาง	1
5. สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงาน	2.34	1.125	น้อย	4
<b>รวม</b>	<b>2.70</b>	<b>0.952</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านการดำเนินงาน มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทส่วนมากมีความเสี่ยงด้านการดำเนินงานปานกลาง คือ การตัดสินใจที่ผิดพลาดและการประสานงานที่ไม่เข้าใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94) รองลงมาคือ จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการทำงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80) บุคลากรขาดประสิทธิภาพและไม่มีความรู้ในการทำงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73) การดำเนินงานไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73) และความเสี่ยงน้อย คือ สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านการเงิน โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านการเงิน	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การขาดสภาพคล่องทางการเงิน	2.85	1.447	ปานกลาง	1
2. ขาดการประเมินความต้องการด้านเงินทุน ไม่มีการจัดหาเงินทุนในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	2.80	1.247	ปานกลาง	2
3. การจัดทำบัญชีที่ผิดพลาดและตรวจสอบ	2.61	1.428	ปานกลาง	3
<b>รวม</b>	<b>2.68</b>	<b>1.288</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านการเงิน มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทส่วนมากมีความเสี่ยงด้านการเงินปานกลาง คือ การขาดสภาพคล่องทางการเงิน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85) รองลงมาคือ ขาดการประเมินความต้องการด้านเงินทุน ไม่มีการจัดหาเงินทุนในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80) การจัดทำบัญชีที่ผิดพลาดและตรวจสอบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านกฎระเบียบโดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านกฎระเบียบ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. กฎเกณฑ์ในการรับบุคลากรเข้าทำงานไม่เหมาะสมกับการทำงาน	2.62	1.118	ปานกลาง	2
2. กฎระเบียบในการทำงานไม่ชัดเจน สามารถตีความได้หลายแนวทาง	2.61	1.042	ปานกลาง	3
3. ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบ และกฎหมายในการทำธุรกรรมต่าง ๆ	2.65	1.151	ปานกลาง	1
4. การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	2.65	1.439	ปานกลาง	1
<b>รวม</b>	<b>2.63</b>	<b>1.019</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในด้านกฎระเบียบ มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทส่วนมากมีความเสี่ยงด้านกฎระเบียบปานกลาง คือ การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65) รองลงมาคือ ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบ และกฎหมายในการทำธุรกรรมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65) กฎเกณฑ์ในการรับบุคลากรเข้าทำงานไม่เหมาะสมกับการทำงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62) กฎระเบียบในการทำงานไม่ชัดเจน สามารถตีความได้หลายแนวทาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายใน โดยภาพรวม

ปัจจัยความเสี่ยงภายใน	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านกลยุทธ์	2.87	0.945	ปานกลาง	1
2. ด้านการดำเนินงาน	2.70	0.952	ปานกลาง	2
3. ด้านการเงิน	2.68	1.288	ปานกลาง	3
4. ด้านกฎระเบียบ	2.63	1.019	ปานกลาง	4
รวม	2.72	0.925	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายใน โดยภาพรวมมีความเสี่ยงอยู่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเสี่ยง โดยภาพรวมระดับปานกลาง คือ ด้านกลยุทธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87) รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70) ด้านการเงิน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68) และด้านกฎระเบียบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ความต้องการซื้อทัวร์ในราคาถูกของนักท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด	3.43	1.183	มาก	1
2. นักท่องเที่ยวขาดความไตร่ตรองในการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว	3.03	1.100	ปานกลาง	2
3. ประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวเคยได้รับ หรือ สัมผัสจากการท่องเที่ยว เช่น การบริการที่ไม่เหมาะสมของมัคคุเทศก์บริษัทนั้นเพียงครั้งเดียว จึงทำให้ไม่อยากมาใช้บริการอีก เป็นต้น	3.03	1.286	ปานกลาง	2
รวม	3.16	1.011	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าเป็นความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคระดับมาก คือ ความต้องการซื้อทัวร์ในราคาถูกของนักท่องเที่ยว

เป็นความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) และความเสี่ยงระดับปานกลาง คือ ประสิทธิภาพทางลบที่นักท่องเที่ยวเคยได้รับ หรือสัมผัสจากการท่องเที่ยว เช่น การบริการที่ไม่เหมาะสมของมัคคุเทศก์บริษัทนั้นเพียงครั้งเดียว จึงทำให้ไม่อยากมาใช้บริการอีก เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.03) นักท่องเที่ยวขาดความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านการตลาดโดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านการตลาด	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยว การจัดตั้งเว็บไซต์บริษัทนำเที่ยวปลอมที่ไม่มีอยู่จริงเพื่อหลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.13	1.338	ปานกลาง	4
2. การวางแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไม่สอดคล้องและไม่บรรลุเป้าหมายเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.34	1.067	ปานกลาง	3
3. ภาวะการแข่งขันสินค้าและบริการในรูปแบบเดียวกันเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.68	0.979	มาก	1
4. การแอบอ้างการจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ของบริษัททัวร์เถื่อนในราคาที่ต่ำมากเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.61	1.356	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.43</b>	<b>0.900</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านการตลาด มีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านการตลาดระดับมาก คือ ภาวะการแข่งขันสินค้าและบริการในรูปแบบเดียวกันเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68) การแอบอ้างการจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ของบริษัททัวร์เถื่อนในราคาที่ต่ำมากเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ย 3.61) และความเสี่ยงระดับปานกลาง คือ การวางแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไม่สอดคล้องและไม่บรรลุเป้าหมายเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยว การจัดตั้งเว็บไซต์บริษัทนำ

เที่ยวปลอมที่ไม่มีอยู่จริงเพื่อหลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านสังคมและการเมือง โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านสังคมและการเมือง	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ท่านคิดว่าเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศในการบริหารและให้ความสำคัญมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.69	0.946	มาก	2
2. ท่านคิดว่านโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของรัฐบาลมีผลต่อความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.53	0.941	มาก	3
3. ท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคมจากความขัดแย้งทางการเมืองมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด	3.84	0.950	มาก	1
4. ท่านคิดว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในช่วงวัยที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนั้นเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	2.90	0.817	ปานกลาง	4
<b>รวม</b>	<b>3.48</b>	<b>0.642</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านสังคมและการเมือง มีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านสังคมและการเมืองระดับมาก คือ ท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคมจากความขัดแย้งทางการเมืองมีผลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศในการบริหารและให้ความสำคัญมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) ท่านคิดว่านโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของรัฐบาลมีผลต่อความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) และความเสี่ยงระดับปานกลาง คือ ท่านคิดว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในช่วงวัยที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนั้นเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านเศรษฐกิจและการเงิน โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านเศรษฐกิจและการเงิน	$\bar{x}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวในระดับใด	3.55	0.906	มาก	4
2. ท่านคิดว่ารายได้ของประชาชนมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.84	0.813	มาก	2
3. นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในการบริหารงานในการตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	3.63	0.769	มาก	3
4. ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.89	0.805	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.72</b>	<b>0.564</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.10 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านเศรษฐกิจและการเงิน มีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการเงินระดับมาก คือ ท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) รองลงมาคือ ท่านคิดว่ารายได้ของประชาชนมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในการบริหารงานในการตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63) ท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านกฎหมาย โดย  
จำแนกตามรายชื่อ

ด้านกฎหมาย	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ความหละหลวมของกฎระเบียบในการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มี การตรวจสอบให้แน่ชัดในการจัดตั้งธุรกิจเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.81	0.872	มาก	1
2. กฎหมายไม่เคร่งครัดและครอบคลุมเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.79	0.816	มาก	2
3. การตกลงด้านการค้าการบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) ในการเปิดโอกาสให้นักลงทุนในประเทศสมาชิกเข้ามาถือหุ้นธุรกิจบริการภายในประเทศเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	3.38	0.937	ปานกลาง	3
<b>รวม</b>	<b>3.66</b>	<b>0.673</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.11 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านกฎหมาย มีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านกฎหมายระดับมาก คือ ความหละหลวมของกฎระเบียบในการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มี การตรวจสอบให้แน่ชัดในการจัดตั้งธุรกิจเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) รองลงมาคือ กฎหมายไม่เคร่งครัดและครอบคลุมเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79) และ ความเสี่ยงระดับปานกลาง คือ การตกลงด้านการค้าการบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) ในการเปิดโอกาสให้นักลงทุนในประเทศสมาชิกเข้ามาถือหุ้นธุรกิจบริการภายในประเทศเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ โดยจำแนกตามรายชื่อ

ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทนำเข้าเที่ยวในประเทศไทยไปเป็นหุ้นส่วนหรือตัวแทนการทำธุรกิจทัวร์ศูนย์เหรียญ และการจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	4.11	0.871	มาก	3
2. มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยว และพาชมสถานที่ท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	4.24	0.872	มากที่สุด	1
3. การโกงหรือเพิ่มราคาค่าเข้าชมแล้วเก็บเป็นเงินส่วนตัวของมัคคุเทศก์หรือตัวแทนการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	4.09	0.890	มาก	4
4. การรับสินบนของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับผู้ที่ละเมิดกฎหมายด้านการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	4.23	0.832	มากที่สุด	2
<b>รวม</b>	<b>4.16</b>	<b>0.686</b>	<b>มาก</b>	

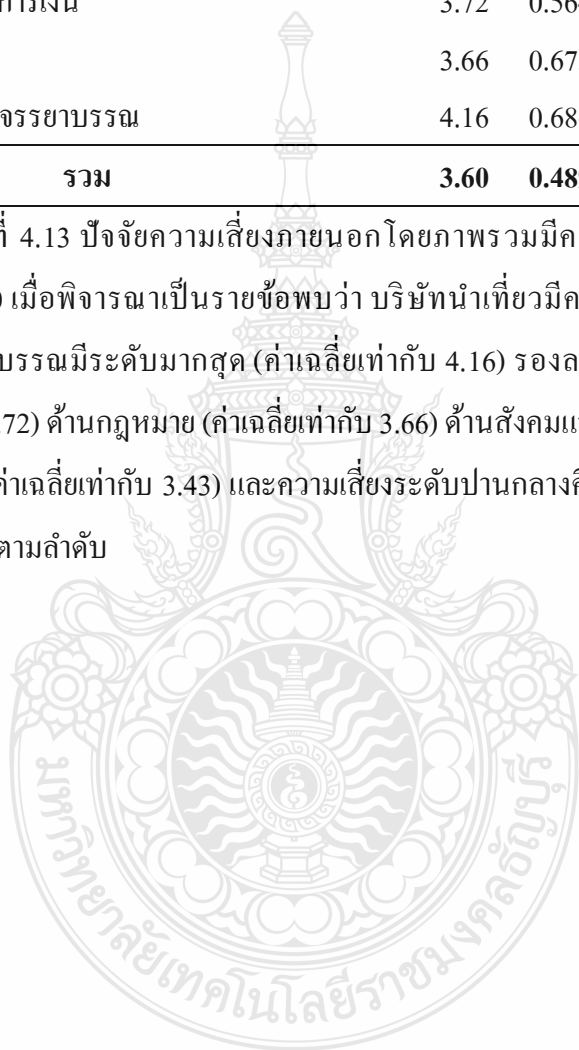
จากตารางที่ 4.12 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ มีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณระดับมากที่สุด คือ มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยว และพาชมสถานที่ท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24) รองลงมาคือ การรับสินบนของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับผู้ที่ละเมิดกฎหมายด้านการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) และความเสี่ยงระดับมาก คือ บริษัทนำเข้าเที่ยวในประเทศไทยไปเป็นหุ้นส่วนหรือตัวแทนการทำธุรกิจทัวร์ศูนย์เหรียญ และการจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) การโกงหรือเพิ่มราคาค่าเข้าชมแล้วเก็บเป็นเงินส่วนตัวของมัคคุเทศก์หรือตัวแทนการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกโดยภาพรวม

ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	3.16	1.011	ปานกลาง	6
2. ด้านการตลาด	3.43	0.900	มาก	5
3. ด้านสังคมและการเมือง	3.48	0.642	มาก	4
4. ด้านเศรษฐกิจและการเงิน	3.72	0.564	มาก	2
5. ด้านกฎหมาย	3.66	0.673	มาก	3
6. ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ	4.16	0.686	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>	<b>0.489</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.13 ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกโดยภาพรวมมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทน่าที่จะมีความเห็นว่าความเสี่ยงด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณมีระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16) รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจและการเงิน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72) ด้านกฎหมาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66) ด้านสังคมและการเมือง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48) ด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) และความเสี่ยงระดับปานกลางคือ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16) ตามลำดับ



## ส่วนที่ 4 การจัดการความเสี่ยง

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การบริหารงานของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมภายใน	4.20	0.674	มาก	1
2. บุคลากรมีแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน	4.00	0.741	มาก	2
3. กำหนดโครงสร้างการปฏิบัติงานในแต่ละระดับอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร	3.63	0.926	มาก	3
4. มีการลงโทษทางวินัยและแก้ไขปัญหา เมื่อมีการไม่ปฏิบัติตามนโยบายหรือข้อกำหนดด้านจริยธรรม	3.35	1.015	มาก	4
รวม	3.79	0.653	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร มีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรอยู่ในระดับมาก คือ การบริหารงานของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมภายใน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) รองลงมาคือ บุคลากรมีแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00) กำหนดโครงสร้างการปฏิบัติงานในแต่ละระดับอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63) มีการลงโทษทางวินัยและแก้ไขปัญหา เมื่อมีการไม่ปฏิบัติตามนโยบายหรือข้อกำหนดด้านจริยธรรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการกำหนด  
วัตถุประสงค์

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้	3.92	0.857	มาก	1
2. พนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์และให้การยอมรับ	3.81	0.935	มาก	2
3. วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานมีการแบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ย่อยในระดับกิจกรรม หรือส่วนงานย่อย	3.61	0.885	มาก	4
4. พันธกิจที่กำหนดมีความสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานที่กำลังดูแล	3.66	0.866	มาก	3
<b>รวม</b>	<b>3.74</b>	<b>0.787</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ มีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านการกำหนดวัตถุประสงค์อยู่ในระดับมาก คือ บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) รองลงมาคือ พนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์และให้การยอมรับ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) พันธกิจที่กำหนดมีความสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานที่กำลังดูแล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66) วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานมีการแบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ย่อยในระดับกิจกรรม หรือส่วนงานย่อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการบ่งชี้เหตุการณ์

ด้านการบ่งชี้เหตุการณ์	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ทั้งปัจจัยความเสี่ยงภายในและปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	3.49	0.761	มาก	1
2. บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของความเสี่ยง	3.49	0.757	มาก	1
3. บริษัทมีการจำแนกประเภทความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น	3.32	0.808	ปานกลาง	2
<b>รวม</b>	<b>3.43</b>	<b>0.674</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านการบ่งชี้เหตุการณ์ มีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านการบ่งชี้เหตุการณ์อยู่ในระดับมาก คือ บริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ทั้งปัจจัยความเสี่ยงภายในและปัจจัยความเสี่ยงภายนอก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49) บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของความเสี่ยง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49) และการจัดการความเสี่ยงในระดับปานกลาง คือ บริษัทมีการจำแนกประเภทความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น (3.32)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการประเมินความเสี่ยง

ด้านการประเมินความเสี่ยง	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ผู้บริหารทุกระดับและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินความเสี่ยงร่วมกัน	3.78	0.923	มาก	1
2. บริษัทมีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงจากการทุจริต โดยเฉพาะการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับการขายแพ็คเกจทัวร์และการนำเที่ยวโดยมัลคฤเทศก์	3.66	0.861	มาก	2
3. บริษัทมีการแจ้งข้อมูลให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทราบถึงวิธีการประเมินความเสี่ยง	3.61	0.824	มาก	3
<b>รวม</b>	<b>3.68</b>	<b>0.740</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านการประเมินความเสี่ยง มีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านการประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก คือ ผู้บริหารทุก

ระดับและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินความเสี่ยงร่วมกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) รองลงมาคือ บริษัทที่มีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงจากการทุจริต โดยเฉพาะการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับการขายแพ็คเกจทัวร์และการนำเที่ยว โดยมีคฤเทศก์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทราบถึงวิธีการประเมินความเสี่ยง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการตอบสนองความเสี่ยง

ด้านการตอบสนองความเสี่ยง	$\bar{x}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทมีแนวปฏิบัติแบบเดียวกันเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	3.74	0.811	มาก	3
2. บริษัทใช้ทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดเพื่อลดความเสี่ยงในด้านการดำเนินงานและด้านการเงิน	4.02	0.817	มาก	1
3. บริษัทอพยพสถานการณ์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นการรักษาชื่อเสียงของบริษัท	3.86	0.951	มาก	2
4. บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท	4.02	0.852	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>0.668</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านการตอบสนองความเสี่ยงมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านการตอบสนองความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) รองลงมาคือ บริษัทใช้ทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดเพื่อลดความเสี่ยงในด้านการดำเนินงานและด้านการเงิน (ค่าเฉลี่ยกับ 4.02) บริษัทอพยพสถานการณ์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้าน

ความปลอดภัยให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องและเป็นการรักษาชื่อเสียงของบริษัท (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) บริษัทมีแนวปฏิบัติแบบเดียวกันเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านกิจกรรมการควบคุม

ด้านกิจกรรมการควบคุม	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทมีการตรวจสอบถึงความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสม	4.03	0.831	มาก	1
2. บริษัทกำหนดกิจกรรมการควบคุมให้ควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานปกติ	3.77	0.849	มาก	3
3. บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานที่สำคัญหรืองานที่เสี่ยงต่อความเสียหาย	3.89	0.857	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.728</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านกิจกรรมการควบคุมมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านกิจกรรมการควบคุมอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทมีการตรวจสอบถึงความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) รองลงมาคือ บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานที่สำคัญหรืองานที่เสี่ยงต่อความเสียหาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) บริษัทกำหนดกิจกรรมการควบคุมให้ควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานปกติ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศและการสื่อสาร

ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยว	3.38	0.900	ปานกลาง	3
2. บริษัทมีการฝึกอบรมความรู้ ความเข้าใจในการบริหารความเสี่ยงให้กับบุคลากรภายในบริษัท	3.37	0.953	ปานกลาง	4
3. บริษัทมีการปรับปรุงสื่อในการนำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวแก่บุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอ	3.54	1.025	มาก	2
4. บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสารให้ถูกต้อง เหมาะสม อย่างสม่ำเสมอ	3.59	1.049	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>0.833</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศและการสื่อสารมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสารให้ถูกต้อง เหมาะสม อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59) บริษัทมีการปรับปรุงสื่อในการนำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวแก่บุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54) และการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง คือ บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) บริษัทมีการฝึกอบรมความรู้ ความเข้าใจในการบริหารความเสี่ยงให้กับบุคลากรภายในบริษัท (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงด้านการติดตามประเมินผล

ด้านการติดตามประเมินผล	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. บริษัทมีการทบทวนนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของบริษัทและหน่วยงาน	3.46	0.876	มาก	4
2. บริษัทมีการติดตามเพื่อเฝ้าระวัง และรายงานระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น	3.63	0.886	มาก	3
3. บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่องให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นหลังจากการประเมินผลแล้ว	3.96	0.902	มาก	1
4. กำหนดกระบวนการติดตามปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ และข้อกำหนดความขัดแย้งทางผลประโยชน์	3.77	0.905	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.759</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านการติดตามประเมินผลมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยงด้านการติดตามประเมินผลอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่องให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นหลังจากการประเมินผลแล้ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96) รองลงมาคือ กำหนดกระบวนการติดตามปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ และข้อกำหนดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77) บริษัทมีการติดตามเพื่อเฝ้าระวัง และรายงานระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63) บริษัทมีการทบทวนนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของบริษัทและหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวม

การจัดการความเสี่ยง	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	3.79	0.653	มาก	3
2. การกำหนดวัตถุประสงค์	3.74	0.787	มาก	4
3. การบ่งชี้เหตุการณ์	3.43	0.674	มาก	8
4. การประเมินความเสี่ยง	3.68	0.740	มาก	6
5. การตอบสนองความเสี่ยง	3.90	0.668	มาก	1
6. กิจกรรมการควบคุม	3.89	0.728	มาก	2
7. สารสนเทศและการสื่อสาร	3.47	0.833	มาก	7
8. การติดตามประเมินผล	3.70	0.759	มาก	5
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.568</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมระดับมาก คือ การตอบสนองความเสี่ยง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) รองลงมาคือ กิจกรรมการควบคุม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79) การกำหนดวัตถุประสงค์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) การติดตามประเมินผล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70) การประเมินความเสี่ยง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68) สารสนเทศและการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) และการบ่งชี้เหตุการณ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_0$  : รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยง	รูปแบบการจดทะเบียน	t-test for Equality of Mean				
		SD	t	df	p-value	
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	ประเภทบุคคล	3.3590	0.26776	-4.513	358	<b>0.000*</b>
	ธรรมดา					
การกำหนดวัตถุประสงค์	ประเภทนิติบุคคล	3.8458	0.66642	-8.577	109.367	<b>0.000*</b>
	ธรรมดา					
การบ่งชี้เหตุการณ์	ประเภทบุคคล	3.1795	0.52236	-4.933	358	<b>0.000*</b>
	ธรรมดา					
การประเมินความเสี่ยง	ประเภทนิติบุคคล	3.8178	0.78678	-6.756	61.282	<b>0.000*</b>
	ประเภทบุคคล	3.2564	0.40797	-1.730	358	0.085
	ธรรมดา					
การตอบสนองความเสี่ยง	ประเภทนิติบุคคล	3.4538	0.69773	-2.595	68.775	<b>0.012*</b>
	ประเภทบุคคล	3.3419	0.51006	-3.092	358	<b>0.002*</b>
	ธรรมดา					
กิจกรรมการควบคุม	ประเภทนิติบุคคล	3.7259	0.75436	-4.179	60.374	<b>0.000*</b>
	ประเภทบุคคล	3.6218	0.66608	-2.847	358	<b>0.005*</b>
	ธรรมดา					
สารสนเทศและการสื่อสาร	ประเภทนิติบุคคล	3.9416	0.66195	-2.833	47.585	<b>0.007*</b>
	ประเภทบุคคล	3.4872	0.65715	-3.789	358	<b>0.000*</b>
	ธรรมดา					
การติดตามประเมินผล	ประเภทนิติบุคคล	3.9470	0.72238	-4.081	49.849	<b>0.000*</b>
	ประเภทบุคคล	3.1410	0.77331	-2.643	358	<b>0.009*</b>
	ธรรมดา					
การติดตามประเมินผล	ประเภทนิติบุคคล	3.5117	0.83319	-2.802	49.358	<b>0.007*</b>
	ธรรมดา					
การติดตามประเมินผล	ประเภทบุคคล	3.4103	0.95884	-2.593	358	<b>0.010*</b>
	ประเภทนิติบุคคล	3.7414	0.72492	-2.086	43.436	<b>0.043*</b>

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง	รูปแบบการจดทะเบียน	t-test for Equality of Mean				
		SD	t	df	p-value	
ภาพรวม	ประเภทบุคคลธรรมดา	3.3496	0.47682	-4.227	358	0.000*
	ประเภทนิติบุคคล	3.7481	0.56459	-4.824	51.870	0.000*

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่า รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่ต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่ต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_0$  : ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_1$  : ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	1.851	2	0.925	2.185	0.114
	ภายในกลุ่ม	151.232	357	0.424		
	รวม	153.083	359			
การกำหนดวัตถุประสงค์	ระหว่างกลุ่ม	5.138	2	2.569	4.217	0.015*
	ภายในกลุ่ม	217.486	357	0.609		
	รวม	222.624	359			

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
การบ่งชี้เหตุการณ์	ระหว่างกลุ่ม	4.768	2	2.384	5.363	<b>0.005*</b>
	ภายในกลุ่ม	158.698	357	0.445		
	รวม	<b>163.466</b>	<b>359</b>			
การประเมินความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	15.638	2	7.819	15381	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	181.473	357	0.508		
	รวม	<b>197.111</b>	<b>359</b>			
การตอบสนองความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	3.767	2	1.884	4.287	<b>0.014*</b>
	ภายในกลุ่ม	156.865	357	0.439		
	รวม	<b>160.633</b>	<b>359</b>			
กิจกรรมการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	10.305	2	5.153	10.194	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	180.448	357	0.505		
	รวม	<b>190.753</b>	<b>359</b>			
สารสนเทศและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	5.699	2	2.849	4.170	<b>0.016*</b>
	ภายในกลุ่ม	243.947	357	0.683		
	รวม	<b>249.646</b>	<b>359</b>			
การติดตามประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3.812	2	1.906	3.351	<b>0.036*</b>
	ภายในกลุ่ม	203.102	357	0.569		
	รวม	<b>206.914</b>	<b>359</b>			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.179	2	2.589	8.329	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	110.989	357	0.311		
	รวม	<b>116.167</b>	<b>359</b>			

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่า ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังนี้

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามประเภทของธุรกิจนำเที่ยวเป็นรายคู่

	(j)	Domestic Tour	Inbound Tour	Outbound Tour
<b>(i)</b>				
สภาพแวดล้อมภายใน				
องค์กร				
Domestic Tour	3.68	-	-0.19(*)	-0.09
Inbound Tour	3.87	-	-	0.10
Outbound Tour	3.77	-	-	-
การกำหนดวัตถุประสงค์				
Domestic Tour	3.51	-	-0.25(*)	-0.32(*)
Inbound Tour	3.76	-	-	-0.07
Outbound Tour	3.83	-	-	-
การบ่งชี้เหตุการณ์				
Domestic Tour	3.19	-	-0.27(*)	-0.30(*)
Inbound Tour	3.46	-	-	0.03
Outbound Tour	3.50	-	-	-
การประเมินความเสี่ยง				
Domestic Tour	3.25	-	-0.50(*)	-0.55(*)
Inbound Tour	3.75	-	-	-0.05
Outbound Tour	3.80	-	-	-
การตอบสนองความเสี่ยง				
Domestic Tour	3.73	-	-0.13	-0.27(*)
Inbound Tour	3.87	-	-	-
Outbound Tour	4.00	-	-	-
กิจกรรมการควบคุม				
Domestic Tour	3.55	-	-0.36(*)	-0.46(*)
Inbound Tour	3.92	-	-	-0.09
Outbound Tour	4.02	-	-	-

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามประเภทของธุรกิจนำเที่ยวเป็นรายคู่  
(ต่อ)

(i)	(j)	Domestic Tour	Inbound Tour	Outbound Tour
สารสนเทศและการสื่อสาร				
Domestic Tour	3.22	-	-0.35(*)	-0.25(*)
Inbound Tour	3.58	-	-	0.09
Outbound Tour	3.48	-	-	-
การติดตามประเมินผล				
Domestic Tour	3.49	-	-0.25(*)	-0.26(*)
Inbound Tour	3.74	-	-	-0.01
Outbound Tour	3.76	-	-	-
<b>ภาพรวม</b>				
<b>Domestic Tour</b>	<b>3.45</b>	<b>-</b>	<b>-0.29(*)</b>	<b>-0.31(*)</b>
<b>Inbound Tour</b>	<b>3.74</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-0.25</b>
<b>Outbound Tour</b>	<b>3.77</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลจากการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามประเภทของธุรกิจนำเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

ด้านการบ่งชี้เหตุการณ์ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

ด้านการประเมินความเสี่ยง พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

ด้านการตอบสนองความเสี่ยง พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Outbound Tour

ด้านกิจกรรมการควบคุม พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

ด้านการติดตามประเมินผล พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

ภาพรวม ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour

**สมมติฐานที่ 1.3** ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_0$ : ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.26** ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.122	2	0.61	0.142	0.867
	ภายในกลุ่ม	152.961	357	0.428		
	<b>รวม</b>	<b>153.083</b>	<b>359</b>			
การกำหนดวัตถุประสงค์	ระหว่างกลุ่ม	3.017	2	1.508	2.452	0.088
	ภายในกลุ่ม	219.607	357	0.615		
	<b>รวม</b>	<b>222.624</b>	<b>359</b>			
การบ่งชี้เหตุการณ์	ระหว่างกลุ่ม	12.596	2	6.298	14.903	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	150.870	357	0.423		
	<b>รวม</b>	<b>163.466</b>	<b>359</b>			

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
การประเมินความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	7.023	2	3.512	6.595	<b>0.002*</b>
	ภายในกลุ่ม	190.087	357	0.532		
	รวม	<b>197.111</b>	<b>359</b>			
การตอบสนองความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	9.125	2	4.562	10.751	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	151.508	357	0.424		
	รวม	<b>160.633</b>	<b>359</b>			
กิจกรรมการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	1.819	2	0.910	1.719	0.181
	ภายในกลุ่ม	188.934	357	0.529		
	รวม	<b>190.753</b>	<b>359</b>			
สารสนเทศและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	14.615	2	7.307	11.100	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	235.013	357	0.658		
	รวม	<b>249.646</b>	<b>359</b>			
การติดตามประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3.211	2	1.606	2.814	0.061
	ภายในกลุ่ม	203.702	357	0.571		
	รวม	<b>206.914</b>	<b>359</b>			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.722	2	1.861	5.909	<b>0.003*</b>
	ภายในกลุ่ม	112.445	357	0.315		
	รวม	<b>116.167</b>	<b>359</b>			

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังนี้



ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการเป็น

รายการ	(i)	1-3 ปี	3-5 ปี	5 ปี ขึ้นไป
<i>(i)</i>				
สภาพแวดล้อมภายใน				
องค์กร				
1-3 ปี	3.77	-	-0.06	-0.01
3-5 ปี	3.83	-	-	0.04
5 ปี ขึ้นไป	3.78	-	-	-
การกำหนดวัตถุประสงค์				
1-3 ปี	3.52	-	-0.39(*)	-0.21
3-5 ปี	3.91	-	-	0.18
5 ปี ขึ้นไป	3.73	-	-	-
การบ่งชี้เหตุการณ์				
1-3 ปี	2.75	-	0.63(*)	-0.75(*)
3-5 ปี	3.38	-	-	-0.11
5 ปี ขึ้นไป	3.50	-	-	-
การประเมินความเสี่ยง				
1-3 ปี	3.19	-	-0.41(*)	-0.54(*)
3-5 ปี	3.61	-	-	-0.13
5 ปี ขึ้นไป	3.74	-	-	-
การตอบสนองความเสี่ยง				
1-3 ปี	3.39	-	-0.72(*)	-0.50(*)
3-5 ปี	4.12	-	-	-0.22(*)
5 ปี ขึ้นไป	3.90	-	-	-
กิจกรรมการควบคุม				
1-3 ปี	3.88	-	-0.16	0.02
3-5 ปี	4.05	-	-	0.19
5 ปี ขึ้นไป	3.86	-	-	-

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการเป็น  
รายคู่ (ต่อ)

(i)	(j)	1-3 ปี	3-5 ปี	5 ปี ขึ้นไป
<b>(i)</b>				
สารสนเทศและการสื่อสาร				
1-3 ปี	2.73	-	-0.67(*)	-0.80(*)
3-5 ปี	3.41	-	-	-0.13
5 ปี ขึ้นไป	3.54	-	-	-
การติดตามประเมินผล				
1-3 ปี	3.35	-	-0.35	-0.38(*)
3-5 ปี	3.70	-	-	-0.02
5 ปี ขึ้นไป	3.73	-	-	-
<b>ภาพรวม</b>				
<b>1-3</b>	<b>3.32</b>	<b>-</b>	<b>-0.43(*)</b>	<b>-0.39(*)</b>
<b>3-5</b>	<b>3.75</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.03</b>
<b>5 ปี ขึ้นไป</b>	<b>3.72</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลจากการเปรียบเทียบการจัดการความเสี่ยงจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการเป็นรายคู่ โดยจำแนกรายด้าน ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร พบว่า ระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงของระยะเวลาในการดำเนินการไม่แตกต่างกัน

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ พบว่า ชูรจิน่าเทียวที่มีระยะเวลาในการดำเนินการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากชูรจิน่าเทียวที่มีระยะเวลาในการดำเนินการ 3-5 ปี

ด้านการบ่งชี้เหตุการณ์ พบว่า ชูรจิน่าเทียวที่มีระยะเวลาในการดำเนินการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากชูรจิน่าเทียวที่มีระยะเวลาในการดำเนินการ 3-5 ปี และ 5 ปี ขึ้นไป

ด้านการประเมินความเสี่ยง พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 3-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไป

ด้านการตอบสนองความเสี่ยง พบว่า ระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงของระยะเวลาในการดำเนินกิจการแตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมการควบคุม พบว่า ระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงของระยะเวลาในการดำเนินกิจการไม่แตกต่างกัน

ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 3-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไป

ด้านการติดตามประเมินผล พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5 ปีขึ้นไป

ภาพรวม พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 3-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไป

**สมมติฐานที่ 1.4** จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_0$  : จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.28** ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.465	3	0.155	0.362	0.781
	ภายในกลุ่ม	152.618	356	0.429		
	<b>รวม</b>	<b>153.083</b>	<b>359</b>			
การกำหนดวัตถุประสงค์	ระหว่างกลุ่ม	8.140	3	2.713	4.504	<b>0.004*</b>
	ภายในกลุ่ม	214.484	356	0.602		
	<b>รวม</b>	<b>222.624</b>	<b>359</b>			

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง  
(ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
การบ่งชี้เหตุการณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.744	3	0.248	0.542	0.654
	ภายในกลุ่ม	162.723	356	0.457		
	รวม	163.466	359			
การประเมินความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	5.318	3	1.773	3.290	0.021*
	ภายในกลุ่ม	191.793	356	0.539		
	รวม	197.111	359			
การตอบสนองความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	1.003	3	0.334	0.745	0.529
	ภายในกลุ่ม	159.630	356	0.448		
	รวม	160.633	359			
กิจกรรมการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	11.975	3	3.992	7.948	0.000*
	ภายในกลุ่ม	178.778	356	0.502		
	รวม	190.753	359			
สารสนเทศและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.150	3	0.717	1.031	0.379
	ภายในกลุ่ม	247.495	356	0.695		
	รวม	249.646	359			
การติดตามประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	8.671	3	2.890	5.191	0.002*
	ภายในกลุ่ม	198.243	356	0.557		
	รวม	206.914	359			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.854	3	0.618	1.925	0.125
	ภายในกลุ่ม	114.313	356	0.321		
	รวม	116.167	359			

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่า จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง  
การวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอย  
เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานมี ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

$H_1$  : ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

**ตารางที่ 4.29** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

ตัวแปรที่ศึกษา	B	S.E.	$\beta$	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	<b>0.000*</b>
จริยธรรมและจรรยาบรรณ	0.247	0.046	0.298	5.428	<b>0.000*</b>

R = 0.497, Adjust R<sup>2</sup> = 0.234, F = 19.265, p < 0.05

\*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกสามารถอธิบายความแปรปรวนการจัดการความเสี่ยงได้ประมาณร้อยละ 23.4 (Adjust R<sup>2</sup> = 0.234) ที่เหลืออีกร้อยละ 76.6 เป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา โดยปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงมากที่สุด ( $\beta = 0.298$ ,  $t = 5.428$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านกฎหมาย ( $\beta = 0.259$ ,  $t = 4.742$ ) ตามลำดับ และสามารถนำมาเขียนเป็นสมการทำนายการจัดการความเสี่ยงได้ ดังนี้

$$Y (\text{การจัดการความเสี่ยง}) = 1.993 + 0.298 (\text{จริยธรรมและจรรยาบรรณ}) + 0.259 (\text{กฎหมาย})$$

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง  
การวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอย  
เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานมี ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยความเสี่ยงภายในไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

$H_1$  : ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

**ตารางที่ 4.30** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

ตัวแปรที่ศึกษา	B	S.E.	$\beta$	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

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายในที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่า ค่านัยสำคัญที่ได้จากการทดสอบทั้งโดยรวมและรายด้าน (p-value) มีค่า  $> 0.05$  สรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

ตารางที่ 4.31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 1</b> ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 รูปแบบการจดทะเบียนกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.2 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.3 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.4 จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
<b>สมมติฐานที่ 2</b> ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
<b>สมมติฐานที่ 3</b> ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการ ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก ปัจจัยความเสี่ยงภายใน ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาตัวอย่างจากผู้บริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2561 โดยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 360 บริษัท โดยการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวที่เก็บรวบรวมมาทำการตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่า t-test และ ค่า F-test หรือ One-way ANOVA และสถิติทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จดทะเบียนกิจการในรูปแบบนิติบุคคล จำนวน 321 บริษัท มีประเภทของธุรกิจ Outbound Tour มากที่สุด จำนวน 159 บริษัท บริษัทส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 276 บริษัท ซึ่งส่วนใหญ่จะมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน จำนวน 317 บริษัท

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายใน ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของปัจจัยความเสี่ยงภายใน มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านกลยุทธ์มีความเสี่ยงเป็นอันดับที่ 1 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน ไม่เหมาะสม หรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลางเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด



ด้านการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บุคลากรขาดประสบการณ์และไม่มีคุณภาพในการทำงาน

ด้านการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการขาดสภาพคล่องทางการเงิน

ด้านกฎระเบียบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และความไม่เข้าใจในกฎระเบียบ และกฎหมายในการทำธุรกรรมต่าง ๆ

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณมีระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยว และพาชมสถานที่ท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด มีความเสี่ยงอยู่ในระดับมากเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความต้องการซื้อทัวร์ในราคาถูกของนักท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด

ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือภาวะการแข่งขันสินค้าและบริการในรูปแบบเดียวกันเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด

ด้านสังคมและการเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคมจากความขัดแย้งทางการเมืองมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด

ด้านเศรษฐกิจและการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวในระดับใด

ด้านกฎหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความหยาบคายของกฎระเบียบในการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มี การตรวจสอบให้แน่ชัดในการจัดตั้งธุรกิจเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า การจัดการความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร มีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การบริหารงานของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ มีความ

เหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมภายใน มีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้

ด้านการบ่งชี้เหตุการณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ทั้งปัจจัยความเสี่ยงภายในและปัจจัยความเสี่ยงภายนอก และบริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของความเสี่ยง

ด้านการประเมินความเสี่ยง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้บริหารทุกระดับและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินความเสี่ยงร่วมกัน

ด้านการตอบสนองความเสี่ยง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท

ด้านกิจกรรมการควบคุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทมีการตรวจสอบถึงความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสม

ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสารให้ถูกต้องเหมาะสม อย่างสม่ำเสมอ

ด้านการติดตามประเมินผล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่องให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น หลังจากการประเมินผลแล้ว

## ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ รูปแบบการจดทะเบียนของกิจการ ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ผลการศึกษามี ดังนี้

รูปแบบการจดทะเบียนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมที่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-3 ปี มีระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยงแตกต่างจากธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 3-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนพนักงานแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง โดยปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกด้านกฎหมาย สรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยความเสี่ยงภายในมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงภายในไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของกิจการ พบว่า ด้านรูปแบบการจดทะเบียนกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้ทำการตอบแบบสอบถาม ส่วนมากมีการจดทะเบียนกิจการประเภทนิติบุคคลมากกว่าประเภทบุคคลธรรมดา เนื่องจากว่า การจดทะเบียนแบบบุคคลธรรมดาจะเป็นการทำธุรกิจโดยเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว มีการลงทุนและการดำเนินงานเพียงคนเดียว ถึงแม้ว่าจะมีความคล่องตัวสูงในการดำเนินธุรกิจ แต่หากมีปัญหาเกิดขึ้นก็จะต้องรับความเสี่ยงเพียงคนเดียวและมีความเสี่ยงสูง อีกทั้งความน่าเชื่อถือมีน้อยจึงไม่ได้รับความนิยมในการจดทะเบียนธุรกิจในรูปแบบนี้ ส่วนการจดทะเบียนประเภทนิติบุคคลมีการจัดตั้งธุรกิจสองคนขึ้นไปมีการทำสัญญาและเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน ถึงแม้ว่าจะไม่คล่องตัวในการดำเนินงานเท่าประเภทบุคคลธรรมดาแต่ในเรื่องของผลกำไร ความเสี่ยง และความน่าเชื่อถือมีมากกว่าประเภทบุคคลธรรมดาจึงทำให้มีการจดทะเบียนกิจการประเภทนิติบุคคลมากกว่า

ประเภทของธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour มีค่าเฉลี่ยในการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ดีกว่า ธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour เนื่องจากธุรกิจประเภท Inbound Tour และ Outbound Tour มีการนำนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าและออกประเทศอยู่สม่ำเสมอ จึงมีการวางแผนในการบริหารธุรกิจเพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงหรือผลกระทบมากต่อการดำเนินงาน ซึ่งประเภทของธุรกิจ Outbound Tour มีจำนวนมากสุดจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิสิตภาควิชาศิลปาชีพ (2559) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกนอกประเทศและนำเที่ยวเข้าในประเทศ ได้กล่าวว่า ธุรกิจประเภทนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและปัจจัยต่าง ๆ อยู่หลายลักษณะ จึงได้มีการวางแผนในการประเมินความเสี่ยง ตอบสนองความเสี่ยง และหาแนวทางในการจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับบริษัท โดยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5 ปีขึ้นไป

มีการจัดการความเสี่ยงดีกว่าบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 1-3 และ 3-5 ปี เนื่องจากระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่มากกว่าอาจจะมีประสบการณ์ในการดำเนินงานมาก และจะมีการเผชิญปัญหาต่าง ๆ ในหลายด้านและเป็นบทเรียนในการดำเนินธุรกิจเพื่อป้องกันความเสี่ยงในอนาคต ได้ดีกว่าและทันการณ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ ด้านการบ่งชี้เหตุการณ์ ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านการตอบสนองความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล ส่วนด้านที่ไม่แตกต่างกันคือ ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และด้านกิจกรรมการควบคุม

จำนวนพนักงานแตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน เมื่อจำนวนพนักงานมีจำนวนไม่มากอาจจะทำให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นไปในทิศทางที่ง่ายต่อการดำเนินงาน จึงทำให้ไม่ค่อยส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้จึงทำให้มีความเสี่ยงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ด้านที่มีความเสี่ยงส่งผลต่อธุรกิจมากที่สุดคือด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ เนื่องจากการทำธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่ในด้านการท่องเที่ยวขึ้นถ้าหากมีการทุจริตหรือทำหน้าที่แบบไร้จรรยาบรรณไม่ถูกต้องตามกฎหมายระเบียบการท่องเที่ยวก็จะส่งผลเป็นอย่างมากให้ผู้ประกอบการและภาคีที่เกี่ยวข้องปฏิบัติอย่างถูกต้องได้รับความเดือดร้อนและก่อให้เกิดความเสียหายตามมาภายหลัง ซึ่งในปัจจุบันมีปัญหาเรื่องนี้เป็นอย่างมากในธุรกิจการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณีย์ ล่องประเสริฐ และ ปลื้มใจ ไพจิตร (2559) ศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจของธุรกิจการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีสาเหตุมาจากรื่องของการกดดันทางธุรกิจเพื่อนำมาซึ่งกำไร และปัจจัยที่รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจและการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิตภาควิชาศิลปาชีพ (2559) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกนอกประเทศและนำเที่ยวเข้าในประเทศ พบว่า เศรษฐกิจและการเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญในการซื้อบริการท่องเที่ยวของลูกค้ายิ่งถ้าหากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำก็จะทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงเรื่องค่าใช้จ่าย

ปัจจัยความเสี่ยงภายในภาพรวมไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยเห็นว่าในด้านภายในบริษัทธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันเริ่มมีการจัดการที่ดีในการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กรมากขึ้น ไม่เหมือนกับที่ผ่านมาจากการประสบปัญหาจากภายนอกองค์กรทั้งเรื่องของมัคคุเทศก์ที่ไม่มีใบอนุญาต หรือบริษัททัวร์เดือนที่ไม่มีการจัดตั้งอยู่จริง ทำให้บริษัทปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงาน กฎระเบียบต่าง ๆ ภายในองค์กรให้ดีขึ้น เพื่อสร้างคุณภาพในการบริการและเรียกความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมั่นใจและปลอดภัย จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมของปัจจัยความเสี่ยงภายในเป็นไปในเชิงบวกโดยไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ซึ่งก็สอดคล้องกับผลจากการวิเคราะห์ในส่วนที่ 4 การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่ายังมีเพียงบางด้านที่บริษัทส่วนใหญ่มีความเสี่ยงเหมือนกันมากที่สุดคือด้านกลยุทธ์ ในเรื่องของการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก รองลงมาคือไม่มีนโยบายเรื่องกระบวนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณนุช ชัยปิ่นชนะ และณัฐ์ปาติดา ศรีคาหน้อย (2560) ศึกษาเรื่องการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ที่สำคัญนั้น ได้แก่ การวางแผนปฏิบัติงาน ไม่มีความสอดคล้องกับแผนระยะยาวหรือแผนกลยุทธ์ และความไม่เข้าใจอย่างชัดเจนในนโยบายการจัดการการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว และนอกจากนี้ด้านการดำเนินงานก็เป็นอีกปัจจัยความเสี่ยงที่รองลงมาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิตภาควิชาศิลปอาชีพ (2559) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกนอกประเทศและนำเที่ยวเข้าในประเทศ พบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีความเสี่ยงในเรื่องของบุคลากร เนื่องจากเมื่อถึงช่วงของฤดูกาลท่องเที่ยวต้องมีการใช้บุคลากรเป็นจำนวนมากในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจึงทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ คุณภาพในการทำงานจึงลดลงไปด้วย อีกทั้งบุคลากรใหม่ก็ขาดประสบการณ์

การจัดการความเสี่ยง ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดการความเสี่ยง ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการบริหารงานของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมภายใน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ โภชนะสมบัติ (2557) ศึกษาการประเมินผลระบบการควบคุมภายใน ตามแนวคิด COSO กรณีศึกษาหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

พบว่า สภาพแวดล้อมการควบคุมการประเมินผลของหน่วยงานสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการอยู่ในระดับดี คือ มีการมอบอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นไปตามลำดับของสายการบังคับบัญชา และมีการแจ้งเวียนให้บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบให้เป็นไปในแนวทางและการปฏิบัติที่ชัดเจน

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือบริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทควรทำอยู่แล้วก่อนการดำเนินการต่าง ๆ ขึ้น เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณนุช หัยปิ่นชนะ และณัฐฐา ปาลิตา ศรีคาหน้อย (2560) ศึกษาเรื่องการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพในการจัดการความเสี่ยงขององค์กรตามกรอบแนวคิดของ COSO ในระดับมาก

ด้านการบ่งชี้เหตุการณ์อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือบริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ทั้งปัจจัยความเสี่ยงภายในและปัจจัยความเสี่ยงภายนอก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาญ แสงสุขวาว (2550) กล่าวว่า ผู้บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ โดยการวิเคราะห์ความเสี่ยง การระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยง และประเมินความเสี่ยงในการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอและมีประสิทธิภาพ

ด้านการประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้บริหารทุกระดับและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินความเสี่ยงร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติอาภาณ์ พัฒนาวงษ์ชัยกุล และชื่นจิตร อังวรารวงศ์ (2560) ศึกษาการประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO กรณีศึกษา: กองคลัง เทศบาลตำบลเมืองเก่าจังหวัดขอนแก่น พบว่า กลุ่มที่ศึกษามีการประเมินความเสี่ยงและวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น และมีการแจ้งให้พนักงานทราบถึงวิธีการควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงร่วมกัน

ด้านการตอบสนองความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิตภาควิชาศิลปาชีพ (2559) ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกนอกประเทศและนำเที่ยวเข้าในประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบสนองความเสี่ยงโดยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง คือการไม่ดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวเนื่องหรือ

ก่อให้เกิดความเสี่ยงโดยเจ้าของหรือผู้บริหารอาจต้องปรับเปลี่ยนแผนขององค์กรเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

ด้านกิจกรรมการควบคุมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทมีการตรวจสอบถึงความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรียา มนตรี (2557) ศึกษาการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพขององค์กร กรณีศึกษา: องค์กรส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ พบว่า กิจกรรมด้านการควบคุมอยู่ในระดับมาก มีการควบคุมการดำเนินงานในการตรวจสอบและอนุมัติฎีกาให้เป็นไปตามระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมีการควบคุมการจัดทำทะเบียนลูกหนี้ ทะเบียนคุมใบเสร็จรับเงิน และมีคำสั่งแบ่งแยกหน้าที่ในการรับผิดชอบ

ด้านสารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสารให้ถูกต้อง เหมาะสม อย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีลาศ คุณฟอง (2558) ศึกษากระบวนการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบแนวคิด COSO-ERM กรณีศึกษา: บริษัท เค สเต โค (เอเชีย) จำกัด พบว่า การดำเนินงานด้านสารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เนื่องจากสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารมีความถูกต้อง ครบถ้วน ทันกำหนดเวลาในการใช้ข้อมูล

ด้านการติดตามประเมินผลอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่องให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นหลังจากการประเมินผลแล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีลาศ คุณฟอง (2558) ศึกษากระบวนการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบแนวคิด COSO-ERM กรณีศึกษา: บริษัท เค สเต โค (เอเชีย) จำกัด พบว่า ผู้ปฏิบัติงานได้มีการจัดทำรายงานสรุปผลตาม KPI ของแต่ละบุคคลอย่างต่อเนื่องมีการสรุปผลภาพรวมมายังฝ่ายบริหารจากการประเมินและมีการปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัย ทำให้เห็นผลลัพธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการและร่วมกันพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในอนาคตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้



5.3.1 ด้านปัจจัยความเสี่ยงภายนอกจะเห็นได้ว่าเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยากหรือไม่สามารถควบคุมได้ จึงทำให้มีความเสี่ยงสูงต่อธุรกิจ จากการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ทางด้านผู้บริหาร ผู้ประกอบการส่วนมากได้มีการพูดถึงการปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่ายังไม่มากพอ จึงทำให้เกิดปัญหาอยู่ในปัจจุบัน ผู้วิจัยเห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและรัฐบาลควรส่งเสริมและตระหนักถึงธุรกิจการท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิมในทุก ๆ ด้าน รวมถึงมีกฎหมายที่เคร่งครัดในการตรวจสอบต่าง ๆ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อและสร้างความเสียหายแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวของประเทศ และเพื่อสร้างความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

5.3.2 ด้านปัจจัยความเสี่ยงภายใน ไม่ว่าจะเป็นด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านกฎระเบียบ บริษัทควรมีการพัฒนาการดำเนินงานของกิจการตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อพัฒนากิจการให้มีประสิทธิภาพและทำให้ได้เปรียบคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ หากไม่มีการวิเคราะห์สภาพกิจการของตนเองอาจจะทำให้เกิดปัญหาและสร้างความเสียหายได้

5.3.3 การจัดการความเสี่ยงผู้บริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการวางแผนในการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมในทุกด้านอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และควรมีการปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรทุกระดับมีการตระหนักถึงความเสี่ยงร่วมกัน

#### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มเติมและขยายขอบเขตในการวิจัยให้มากขึ้น

5.4.2 ควรมีการศึกษางานวิจัยในเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำการวิจัยแบบเชิงลึกให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ โกชนะสมบัติ. (2557). การประเมินผลระบบควบคุมภายในตามแนวคิด COSO กรณีศึกษา  
หน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,  
มหาวิทยาลัยบูรพา).
- คอลัมน์ ฐูไปมอด น้ำชาติ ประชาชื่น. (2551). ความสำคัญอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก  
[http://daily.khaosod.co.th/view\\_news.php?newsid=TURONWIZVXdNakV5TURnMU1RPT0=&sectionid=Y25Wd11XbHRiMlJs&day=TWpBd09DMHdPQzB4TWc9PQ](http://daily.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TURONWIZVXdNakV5TURnMU1RPT0=&sectionid=Y25Wd11XbHRiMlJs&day=TWpBd09DMHdPQzB4TWc9PQ)
- จริญญา เจริญสุกใส และคณะ. (2549). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่  
ที่6). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์, มัทธนา พิพิธเนาวรัตน์ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). การบริหารความ  
เสี่ยงอย่างมืออาชีพ (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: Mc Graw Hill.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2557). รู้จักมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงระดับสากลกัน. สืบค้นจาก  
<http://web.kmutt.ac.th/internal-audit/Upload/Standard01.doc>
- ชัชวพันธ์ สันติเดช. (2551). ทวีร์ศูนย์เหรียญ มะเร็งร้ายทำลายความสัมพันธ์. สืบค้นจาก  
<http://www.okls.net/thaijeen8.htm>
- โชติอาภาณ์ พัฒนาวงษ์ชัยกุล, ชื่นจิตร อังวรารวงศ์. (2559). การประเมินประสิทธิภาพการควบคุม  
ภายในตามแนวคิด COSO กรณีศึกษา กองคลัง เทศบาลตำบลเมืองเก่า จังหวัดขอนแก่น.  
วารสารราชชมงคลล้านนา, 5(1), 82.
- ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลัย. (กันยายน-ธันวาคม 2558). ปัญหาทวีร์ศูนย์เหรียญและผลกระทบต่อประเทศ  
ไทย. วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 6(4).
- ณัชธิญา ปัทมทัตตานนท์. (2553). การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด  
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ดวงใจ ช่วยตระกูล. (2551). การบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (คุชฎี  
นิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ติน ปรัชญพฤทธิ. [ม.ป.ป]. ข้อมูลเกี่ยวกับพันธะทางสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม วิชาชีพนิยม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรม สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- ชัยชนก แวงแก้ว. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ธีรพร เนาว์รุ่งโรจน์. (2554). ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของระบบการบริหารความเสี่ยงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.). (วิจัยปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. (2529). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับความมั่นคงของชาติ. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิตศา ศิลปเสฐ. (2560). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิติตภาควิชาศิลปอาชีพ. (2559). การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเข้าในประเทศและนอกประเทศ (Inbound Tour Operator). สืบค้นจาก [http://kuhumcs.blogspot.com/2016/01/inbound\\_59.html](http://kuhumcs.blogspot.com/2016/01/inbound_59.html)
- นงนภัศ เทียงกลม. [ม.ป.ป]. การบริการยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: แสงชัยการพิมพ์ จำกัด.
- นฤมล สะอาดโหม. (2550). การบริหารความเสี่ยงองค์กร. กรุงเทพฯ: บริษัท ฐานการพิมพ์จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: หจก.เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประกอบ กุลเกลี้ยง. (2550). รูปแบบการบริหารความเสี่ยงเพื่อป้องกันคอร์รัปชันในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปราชญา กล้าผจญ. (2551). การบริหารความเสี่ยง. กรุงเทพฯ : ปราชญา พับบลิชซิ่ง.
- พงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์. (2552). ความเสี่ยง: แนวคิดพื้นฐานและการจัดการ. กรุงเทพฯ: เพชรเกษมการพิมพ์.
- พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ, ณิชฎฐ์ปาลิดา ศรีคาหน้อย. (สิงหาคม-ธันวาคม 2560). การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 23(2). 46-55.
- ราณี อธิชัยกุล และคณะ. (2554). การจัดการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และการจัดการธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รินทร์ลภัส บุญยรัตชัยวรกุล. (2555). การบริหารความเสี่ยงองค์กรของหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ. (วิจัยปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ลีลาศ คุณฟอง. (2558). กระบวนการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบแนวคิด COSO-ERM กรณีศึกษา บริษัท เด สเต โค (เอเชีย) จำกัด. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- วิชาญ แสงสุขวาว. (2558). ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตอาหารในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 7(1), 58-72.
- วุฒิพันธ์ สันติมิตร. (2557). การจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- วิภา อุดมฉันท, ไสว วิศวสนันท์, ทวี ธีระวงศ์เสรี, จันทร์จุฑา สุขจี และชัชวรินทร์ สันติเดช. (2548). *สภาพปัญหาของการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว = Orientation to tourism industry*. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสูกีรี.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2558). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5)**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด แว่ววาว พรินต์ติ้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศุภัญญา สันติเจริญเลิศ. (2553). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงานกับระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานสนับสนุน กรณีศึกษากรมสรรพากร สำนักงานใหญ่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ศุภนิษฐ์ ล่องประเสริฐ, ปลื้มใจ ไพจิตร. (2559). **จริยธรรมทางธุรกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย**. วารสารวิทยาการจัดการ, 3(1), 149.
- สุปรียา มนต์วี. (2557). **การควบคุมภายในกับประสิทธิภาพขององค์กร : กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- สมชาย ไตรรัตน์ภิรมย์. (2549). **การบริหารความเสี่ยง เอกสารประกอบการบรรยาย**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2548). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สุมน อมรวิวัฒน์. (2530). **การสอนโดยสร้างศรัทธาและโยนิโสมนสิการ (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สุรินรัตน์ แก้วทอง. (2557). **กฎหมายกับการพัฒนา**. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/564358>
- อุษณา ภัทรมนตรี. (2552). **การตรวจสอบภายในสมัยใหม่ : แนวคิดและกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Australian and New Zealand Environment and Conservation Council: Department of Conservation and Land Management. (1998). **Visitor risk management & public liability**. Como, W.A. : The Department.
- Brown, Roger. (1965). **Social Psychology**. New York : Free Press.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

Dorfman, Mark S. ( 1997 ). **Introduction to Risk Management and Insurance** (6th ed). Prentice Hall.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). **Marketing for hospitality and tourism** (2nd ed). New Jersey: Prentice Hall.

Middleton, V. T. C. (1990). **Marketing in travel and tourism** (2nd ed). Oxford: Heinemann.

Piaget, Jean. (1960). **The Moral Judgment of the Child**. Illinoid: The Free Pree.

ERM Thailand. **การบริหารจัดการความเสี่ยง(ERM และ COSO)**. สืบค้นจาก

<http://ermthailand.blogspot.com/p/erm-coso.html>

TAT Review 4/2017. **Tourist Go Home กระแสต่อต้านนักท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก

<http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-32017/800-32017-demarketing>



ภาคผนวก







## แบบสอบถาม

### เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ในช่อง หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

#### 1. รูปแบบการจดทะเบียนกิจการ

- ประเภทบุคคลธรรมดา
- ประเภทนิติบุคคล

#### 2. ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว

- Domestic Tour       Inbound Tour
- Outbound Tour

#### 3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

- น้อยกว่า 1 ปี       1-3 ปี
- 3-5 ปี       5 ปีขึ้นไป

#### 4. จำนวนพนักงาน

- น้อยกว่า 30 คน       30-50 คน
- 50-100       100 คนขึ้นไป

## แบบสอบถาม

### ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยความเสี่ยงภายใน

**คำชี้แจง** 1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงถึงปัจจัยความเสี่ยงของท่าน

2. ระดับความเสี่ยง มีดังนี้

5	หมายถึง	มีความเสี่ยงมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเสี่ยงมาก
3	หมายถึง	มีความเสี่ยงปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเสี่ยงน้อย
1	หมายถึง	มีความเสี่ยงน้อยที่สุด

ปัจจัยความเสี่ยงภายใน	ระดับความเสี่ยง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์</b>					
1. การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก					
2. ไม่มีนโยบายเรื่องกระบวนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรับรองความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น					
3. ไม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกิจการและประเมินศักยภาพของธุรกิจตนเอง					
4. ผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเพียงพอ					
<b>ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน</b>					
1. บุคลากรขาดประสบการณ์และไม่มีคุณภาพในการทำงาน					

ปัจจัยความเสี่ยงภายใน	ระดับความเสี่ยง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการทำงาน					
3.การดำเนินงานไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน					
4.การตัดสินใจที่ผิดพลาดและการประสานงานที่ไม่เข้าใจ					
5.สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงาน					
<b>ความเสี่ยงด้านการเงิน</b>					
1.การขาดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ					
2.ขาดการประเมินความต้องการด้านเงินทุน ไม่มีการจัดหาเงินทุนในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง					
3.การจัดทำบัญชีที่ผิดพลาดและไม่มีการตรวจสอบ					
<b>ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ</b>					
1.กฎเกณฑ์ในการรับบุคลากรเข้าทำงานไม่เหมาะสมกับการทำงาน					
2.กฎระเบียบในการทำงานไม่ชัดเจน สามารถตีความได้หลายแนวทาง					
3.ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบ และกฎหมายในการทำธุรกรรมต่าง ๆ					
4.การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์					

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยความเสี่ยงภายนอก

คำชี้แจง 1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงถึงปัจจัยความเสี่ยงของท่าน

2. ระดับความเสี่ยง มีดังนี้

- |   |         |                        |
|---|---------|------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความเสี่ยงมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | มีความเสี่ยงมาก        |
| 3 | หมายถึง | มีความเสี่ยงปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | มีความเสี่ยงน้อย       |
| 1 | หมายถึง | มีความเสี่ยงน้อยที่สุด |

ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	ระดับความเสี่ยง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b>					
1. ความต้องการซื้อทัวร์ในราคาถูกของนักท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด					
2. นักท่องเที่ยวขาดความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว					
3. ประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวเคยได้รับ หรือสัมผัสจากการท่องเที่ยว เช่น การบริการที่ไม่เหมาะสมของมัคคุเทศก์บริษัทนั้นเพียงครั้งเดียว จึงทำให้ไม่อยากมาใช้บริการอีก เป็นต้น					
<b>การตลาด</b>					
1. เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยว การจัดตั้งเว็บไซต์บริษัทนำเที่ยวปลอมที่ไม่มีอยู่จริงเพื่อหลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					

ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	ระดับความเสี่ยง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.การวางแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไม่สอดคล้องและไม่บรรลุเป้าหมายเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
3.ภาวะการแข่งขันสินค้าและบริการในรูปแบบเดียวกันเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
4.การแอบอ้างการจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ของบริษัททัวร์เดือนในราคาที่ต่ำมากเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
<b>สังคมและการเมือง</b>					
1.ท่านคิดว่าเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศในการบริหารและให้ความสำคัญมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
2.ท่านคิดว่านโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของรัฐบาลมีผลต่อความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
3.ท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคมจากความขัดแย้งทางการเมืองมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด					
4.ท่านคิดว่าความตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในช่วงวัยที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในวันนั้นเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
<b>เศรษฐกิจและการเงิน</b>					
1.ท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวในระดับใด					
2.ท่านคิดว่ารายได้ของประชาชนมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
3.นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในการบริหารงานในกระทรวงฯถึงถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว					

ปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	ระดับความเสี่ยง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4.ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
<b>กฎหมาย</b>					
1.ความหละหลวมของกฎระเบียบในการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มีมาตรการตรวจสอบให้แน่ชัดในการจัดตั้งธุรกิจเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
2.กฎหมายไม่เคร่งครัดและครอบคลุมเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
3.การตกลงด้านการค้าการบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) ในการเปิดโอกาสให้นักลงทุนในประเทศสมาชิกเข้ามาถือหุ้นธุรกิจบริการภายในประเทศเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
<b>จริยธรรมและจรรยาบรรณ</b>					
1.บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยไปเป็นหุ้นส่วนหรือตัวแทนการทำธุรกิจทัวร์ศูนย์เหรียญ และการจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเที่ยวแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
2.มัลคูเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยวและพวชมสถานที่ท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
3.การโกงหรือเพิ่มราคาค่าเข้าชมแล้วเก็บเป็นเงินส่วนตัวของมัลคูเทศก์หรือตัวแทนการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					
4.การรับสินบนของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับผู้ที่ละเมิดกฎหมายด้านการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด					

## แบบสอบถาม

### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติต่อการจัดการความเสี่ยง

**คำชี้แจง** 1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงถึงการปฏิบัติของท่าน

2. ระดับการปฏิบัติ มีดังนี้

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | ปฏิบัติมากที่สุด                       |
| 4 | หมายถึง | ปฏิบัติมาก                             |
| 3 | หมายถึง | ปฏิบัติปานกลาง                         |
| 2 | หมายถึง | ปฏิบัติน้อย                            |
| 1 | หมายถึง | ปฏิบัติน้อยที่สุดหรือ ไม่ได้ปฏิบัติเลย |

การจัดการความเสี่ยง	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>สภาพแวดล้อมภายในองค์กร</b>					
1.การบริหารงานของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ มีความเหมาะสม และมีความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมภายใน					
2.บุคลากรมีแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน					
3.กำหนดโครงสร้างการปฏิบัติงานในแต่ละระดับอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร					
4.มีการลงโทษทางวินัยและแก้ไขปัญหา เมื่อมีการไม่ปฏิบัติตามนโยบายหรือข้อกำหนดด้านจริยธรรม					
<b>การกำหนดวัตถุประสงค์</b>					
1.บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้					
2.พนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์และให้การยอมรับ					

การจัดการความเสี่ยง	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานมีการแบ่งออกเป็น วัตถุประสงค์ย่อยในระดับกิจกรรม หรือส่วนงานย่อย					
4. พันธกิจที่กำหนดมีความสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานที่ กำกับดูแล					
<b>การบ่งชี้เหตุการณ์</b>					
1. บริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ทั้งปัจจัยความเสี่ยงภายในและปัจจัย ความเสี่ยงภายนอก					
2. บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญ ของความเสี่ยง					
3. บริษัทมีการจำแนกประเภทความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น					
<b>การประเมินความเสี่ยง</b>					
1. ผู้บริหารทุกระดับและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมใน การประเมินความเสี่ยงร่วมกัน					
2. บริษัทมีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงจากการ ททุจริต โดยเฉพาะการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับการขายแพ็คเกจทัวร์ และการนำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์					
3. บริษัทมีการแจ้งข้อมูลให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทราบถึงวิธีการ ประเมินความเสี่ยง					
<b>การตอบสนองความเสี่ยง</b>					
1. บริษัทมีแนวปฏิบัติแบบเดียวกันเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ ยอมรับได้					
2. บริษัทใช้ทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดเพื่อลดความเสี่ยง ในด้านการดำเนินงานและด้านการเงิน					



การจัดการความเสี่ยง	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3.บริษัทอภitechสถานการณ์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นการรักษาชื่อเสียงของบริษัท					
4.บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท					
<b>กิจกรรมการควบคุม</b>					
1.บริษัทมีการตรวจสอบถึงความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสม					
2.บริษัทกำหนดกิจกรรมการควบคุมให้ควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานปกติ					
3.บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานที่สำคัญหรืองานที่เสี่ยงต่อความเสียหาย					
<b>สารสนเทศและการสื่อสาร</b>					
1.บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความเสี่ยงของธุรกิจน่าเที่ยว					
2.บริษัทมีการฝึกอบรมความรู้ ความเข้าใจในการบริหารความเสี่ยงให้กับบุคลากรภายในบริษัท					
3.บริษัทมีการปรับปรุงสื่อในการนำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจน่าเที่ยวแก่บุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอ					
4.บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสารให้ถูกต้องเหมาะสม อย่างสม่ำเสมอ					
<b>การติดตามประเมินผล</b>					
1.บริษัทมีการทบทวนนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของบริษัทและหน่วยงาน					

การจัดการความเสี่ยง	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.บริษัทมีการติดตามเพื่อเฝ้าระวัง และรายงานระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น					
3.บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่องให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นหลังจากการประเมินผลแล้ว					
4.กำหนดกระบวนการติดตามปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และข้อกำหนดความขัดแย้งทางผลประโยชน์					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ของผู้เชี่ยวชาญ



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>รูปแบบการจดทะเบียนกิจการ</b>						
ประเภทบุคคลธรรมดา	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ประเภทนิติบุคคล	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว</b>						
Domestic Tour	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
Inbound Tour	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
Outbound Tour	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>ระยะเวลาในการดำเนินการ</b>						
น้อยกว่า 1 ปี	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
1-3 ปี	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3-5 ปี	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
5 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>จำนวนพนักงาน</b>						
น้อยกว่า 30 คน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
30-50 คน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
50-100 คน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
100 คนขึ้นไป	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้

ตอนที่ 2 ระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยภายใน

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์</b>						
การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ไม่มีนโยบายเรื่องกระบวนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ไม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกิจการและประเมินศักยภาพของธุรกิจตนเอง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ผู้บริหาร ผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน</b>						
บุคลากรขาดประสบการณ์และไม่มีคุณภาพในการทำงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การดำเนินงานไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การตัดสินใจผิดพลาดและการประสานงานที่ไม่เข้าใจ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>ความเสี่ยงด้านการเงิน</b>						
การขาดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ขาดการประเมินความต้องการด้านเงินทุน ไม่มีการจัดหาเงินทุนในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การจัดทำบัญชีที่ผิดพลาดและไม่มีการตรวจสอบ	+1	+1	0	2	0.66	ใช้ได้
<b>ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ</b>						
กฎเกณฑ์ในการรับบุคลากรเข้าทำงานไม่เหมาะสมกับการทำงาน	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้
กฎระเบียบในการทำงานไม่ชัดเจน สามารถตีความได้หลายแนวทาง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้

ตอนที่ 2 ระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยภายใน (ต่อ)

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบและกฎหมายในการทำธุรกรรมต่าง ๆ	+1	+1	0	2	0.66	ใช้ได้
การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้



ตอนที่ 3 ระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยภายนอก

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b>						
ความต้องการซื้อทัวร์ในราคาถูกของนักท่องเที่ยว เป็นความเสี่ยงเล็กน้อยเพียงใด	+1	+1	0	2	0.66	ใช้ได้
นักท่องเที่ยวขาดความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวเป็นความ	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้
ประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวเคยได้รับ หรือ สัมผัสจากการท่องเที่ยว เช่น การบริการที่ไม่เหมาะสมของมัคคุเทศก์บริษัทนั้นเพียงครั้งเดียว จึง ทำให้ไม่อยากมาใช้บริการอีก เป็นต้น	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>การตลาด</b>						
เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารและการ ประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การค้นหา ข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยว การ จัดตั้งเว็บไซต์บริษัทนำเที่ยวปลอมที่ไม่มีอยู่จริงเพื่อ หลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การวางแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐและ เอกชนไม่สอดคล้องและไม่บรรลุเป้าหมายเป็นความ เสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้
ภาวะการแข่งขันสินค้าและบริการในรูปแบบเดียวกัน เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การแอบอ้างการจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ของบริษัททัวร์ เกือบในราคาต่ำมากเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	0	2	0.66	ใช้ได้
<b>สังคมและการเมือง</b>						
ท่านคิดว่าเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศใน การบริหารและให้ความสำคัญมีความเสี่ยงอยู่ใน ระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ท่านคิดว่านโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศของรัฐบาลมีผลต่อความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้

ตอนที่ 3 ระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยภายนอก (ต่อ)

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
ท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยในร่างกายใน ชีวิตและ ทรัพย์สินในสังคมจากความขัดแย้งทางการเมืองมีผล ต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ท่านคิดว่าความตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ในช่วงวัยที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ในการ เดินทางมาท่องเที่ยวในนั้นเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	0	+1	1	0.66	ใช้ได้
<b>เศรษฐกิจและการเงิน</b>						
ท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของโลกที่ เปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อธุรกิจนำเที่ยวในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ท่านคิดว่ารายได้ของประชาชนมีผลต่อการเลือกใช้ บริการธุรกิจนำเที่ยวในนั้นเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในการบริหารงานใน การตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>กฎหมาย</b>						
ความหละหลวมของกฎระเบียบในการจดทะเบียน ธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มี การตรวจสอบให้แน่ชัดในการ จัดตั้งธุรกิจเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
กฎหมายไม่เคร่งครัดและครอบคลุมเป็นความเสี่ยง อยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การตกลงด้านการค้าบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) ในการ เปิดโอกาสให้นักลงทุนในประเทศสมาชิกเข้ามาถือ หุ้นธุรกิจบริการภายในประเทศเป็นความเสี่ยงอยู่ใน ระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้



ตอนที่ 3 ระดับความเสี่ยงด้านปัจจัยภายนอก (ต่อ)

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>จริยธรรมและจรรยาบรรณ</b>						
บริษัทธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยไปเป็นหุ้นส่วนหรือตัวแทนการทำธุรกิจทัวร์ศูนย์เหรียญ และการจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเที่ยวแทนนักธุรกิจชาวต่างชาติเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
มัลแวร์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยวและพาสพอร์ตที่ท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การโกงหรือเพิ่มราคาค่าเข้าชมแล้วเก็บเป็นเงินส่วนตัวของมัลแวร์หรือตัวแทนการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
การรับสินบนของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับผู้ละเมิดกฎหมายด้านการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้



ตอนที่ 4 ระดับการปฏิบัติของแนวทางในการจัดการความเสี่ยง

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>สภาพแวดล้อมภายในองค์กร</b>						
การบริหารงานของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ ทักษะที่ดีต่อความควบคุมภายใน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บุคลากรมีแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
กำหนดโครงสร้างการปฏิบัติงานในแต่ละระดับอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
มีการลงโทษทางวินัยและแก้ไขปัญหา เมื่อมีการไม่ปฏิบัติตามนโยบายหรือข้อกำหนดด้านจริยธรรม	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้
<b>การกำหนดวัตถุประสงค์</b>						
บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
พนักงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์และให้การยอมรับ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานมีการแบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ย่อยในระดับกิจกรรม หรือส่วนงานย่อย	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
พันธกิจที่กำหนดมีความสอดคล้องกับการกิจของหน่วยงานที่กำกับดูแล	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>การบ่งชี้เหตุการณ์</b>						
บริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ทั้งปัจจัยความเสี่ยงภายในและปัจจัยความเสี่ยงภายนอก	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของความเสี่ยง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการจำแนกประเภทความเสี่ยงที่เกิดขึ้น	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>การประเมินความเสี่ยง</b>						
ผู้บริหารทุกระดับและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินความเสี่ยงร่วมกัน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้

ตอนที่ 4 ระดับการปฏิบัติของแนวทางในการจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
บริษัทมีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงจากการทุจริต โดยเฉพาะการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับการขายแพ็คเกจทัวร์และการนำเที่ยว โดยมีคฤเทศก์	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทราบถึงวิธีการประเมินความเสี่ยง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>การตอบสนองความเสี่ยง</b>						
บริษัทมีแนวปฏิบัติแบบเดียวกันเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทใช้ทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรให้ความสำคัญกับค่ามากที่สุดเพื่อลดความเสี่ยงในด้านการดำเนินงานและด้านการเงิน	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้
บริษัทอพยพสถานการณ์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นการรักษาชื่อเสียงของบริษัท	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>กิจกรรมการควบคุม</b>						
บริษัทมีการตรวจสอบถึงความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทกำหนดกิจกรรมการควบคุมให้ควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานปกติ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานที่สำคัญหรืองานที่เสี่ยงต่อความเสียหาย	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>สารสนเทศและการสื่อสาร</b>						
บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยว	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้

ตอนที่ 4 ระดับการปฏิบัติของแนวทางในการจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3			
บริษัทมีการฝึกอบรมความรู้ ความเข้าใจในการบริหารความเสี่ยงให้กับบุคลากรภายในบริษัท	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการปรับปรุงสื่อในการนำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจ นำที่ขวแก่บุคลากรภายนอกอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสารให้ถูกต้องเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
<b>การติดตามประเมินผล</b>						
บริษัทมีการทบทวนนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจของบริษัทและหน่วยงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทมีการติดตามเพื่อเฝ้าระวัง และรายงานระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่องให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นหลังจากการประเมินผลแล้ว	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
กำหนดกระบวนการติดตามปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ และข้อกำหนดความขัดแย้งทางผลประโยชน์	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้

ภาคผนวก ค

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.934	71

### Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
รูปแบบการจดทะเบียนกิจการ	238.09	862.565	-.004	.934
ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว	237.73	862.202	-.004	.934
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	236.29	855.040	.210	.934
จำนวนพนักงาน	238.80	860.233	.059	.934
การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการ ปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือไม่ สอดคล้องกับปัจจัยภายในและ สภาพแวดล้อมภายนอก	236.93	839.823	.367	.933
ไม่มีนโยบายเรื่องกระบวนการจัดการ ความเสี่ยงเพื่อรับรองความผิดพลาดที่ อาจเกิดขึ้น	237.06	839.501	.371	.933
ไม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายในของกิจการและประเมิน ศักยภาพของธุรกิจตนเอง	237.17	843.753	.282	.933
ผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการยังไม่มี ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เพียงพอ	237.27	820.539	.462	.932
บุคลากรขาดประสบการณ์และไม่มี คุณภาพในการทำงาน	237.26	827.745	.459	.932
จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการ ทำงาน	237.19	843.574	.297	.933
การดำเนินงานไม่เป็นไปในทิศทาง เดียวกัน	237.25	833.382	.425	.933

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การตัดสินใจที่ผิดพลาดและการ ประสานงานที่ไม่เข้าใจ	237.04	820.057	.587	.931
สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงาน	237.65	827.739	.519	.932
การขาดสภาพคล่องทางการเงินในการ ดำเนินธุรกิจ	237.13	814.957	.551	.932
ขาดการประเมินความต้องการด้าน เงินทุน ไม่มีการจัดหาเงินทุนในการ ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	237.38	820.594	.566	.932
การจัดทำบัญชีที่ผิดพลาดและไม่มีการ ตรวจสอบ	237.38	819.088	.507	.932
กฎเกณฑ์ในการรับบุคลากรเข้าทำงาน ไม่เหมาะสมกับการทำงาน	237.36	832.956	.440	.932
กฎระเบียบในการทำงานไม่ชัดเจน สามารถตีความได้หลายแนวทาง	237.38	836.727	.411	.933
ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบ และ กฎหมายในการทำธุรกรรมต่างๆ	237.33	833.170	.423	.933
การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายตาม พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์	237.34	827.377	.400	.933
ความต้องการซื้อทัวร์ในราคาถูกของ นักท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงมากน้อย เพียงใด	236.55	832.448	.421	.933
นักท่องเที่ยวขาดความไตร่ตรองในการ ตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว	236.96	827.062	.542	.932
ประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวเคย ได้รับ หรือสัมผัสจากการท่องเที่ยว เช่น การบริการที่ไม่เหมาะสมของ มัคคุเทศก์บริษัทนั้นเพียงครั้งเดียว จึง ทำให้ไม่อยากมาใช้บริการอีก เป็นต้น	236.96	827.436	.460	.932

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารและ การประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วย ตนเองของนักท่องเที่ยว การจัดตั้ง เว็บไซต์บริษัทนำเที่ยวปลอมที่ไม่มีอยู่ จริงเพื่อหลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็น ความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.86	824.887	.467	.932
การวางแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนไม่สอดคล้องและไม่ บรรลุเป้าหมายเป็นความเสี่ยงอยู่ใน ระดับใด	236.65	844.045	.281	.933
ภาวะการแข่งขันสินค้าและบริการใน รูปแบบเดียวกันเป็นความเสี่ยงอยู่ใน ระดับใด	236.31	836.647	.441	.932
การแอบอ้างการจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ ของบริษัททัวร์เถื่อนในราคาที่ต่ำมาก เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.38	828.220	.417	.933
ท่านคิดว่าเสถียรภาพทางการเมือง ภายในประเทศในการบริหารและให้ ความสำคัญมีความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.30	854.311	.133	.934
ท่านคิดว่านโยบายด้านความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศของรัฐบาลมีผลต่อ ความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.46	851.597	.184	.934
ท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคมจากความ ขัดแย้งทางการเมืองมีผลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด	236.14	845.600	.291	.933



	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ท่านคิดว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวในช่วงวัยที่แตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในนั้นเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับ ใด	237.08	855.525	.134	.934
ท่านคิดว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของ โลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อธุรกิจนำ เที่ยวในระดับใด	236.43	851.405	.196	.934
ท่านคิดว่ารายได้ของประชาชนมีผลต่อ การเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเป็น ความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.15	848.507	.283	.933
นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในการ บริหารงานในการตระหนักถึง ความสำคัญของอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยว	236.36	858.063	.087	.934
ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจมีความเสี่ยงอยู่ใน ระดับใด	236.09	851.116	.230	.934
ความหละหลวมของกฎระเบียบในการ จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มี การตรวจสอบให้แน่ชัดในการจัดตั้งธุรกิจ เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.18	843.660	.358	.933
กฎหมายไม่เคร่งครัดและครอบคลุม เป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.19	840.016	.463	.932
การตกลงด้านการค้าบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) ในการเปิดโอกาสให้ นักลงทุนในประเทศสมาชิกเข้ามาถือ หุ้นธุรกิจบริการภายในประเทศเป็น ความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	236.60	844.474	.316	.933

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยไปเป็นหุ้นส่วนหรือตัวแทนการทำธุรกิจทัวร์ศูนย์เหรียญ และการจดทะเบียนประกอบธุรกิจนำเที่ยวแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	235.87	834.151	.550	.932
มัลกเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีใบอนุญาตในการนำเที่ยว และพาชมสถานที่ท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	235.75	843.364	.364	.933
การโกงหรือเพิ่มราคาค่าเข้าชมแล้วเก็บเป็นเงินส่วนตัวของมัลกเทศก์หรือตัวแทนการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	235.90	844.107	.342	.933
การรับสินบนของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับผู้ที่ละเมิดกฎหมายด้านการท่องเที่ยวเป็นความเสี่ยงอยู่ในระดับใด	235.76	843.525	.380	.933
การบริหารงานของผู้บริหารผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมภายใน	235.79	849.955	.310	.933
บุคลากรมีแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน	235.99	851.738	.238	.933
กำหนดโครงสร้างการปฏิบัติงานในแต่ละระดับอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร	236.36	839.161	.420	.933
มีการลงโทษทางวินัยและแก้ไขปัญหามือมีการไม่ปฏิบัติตามนโยบายหรือข้อกำหนดด้านจริยธรรม	236.64	844.656	.286	.933

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์และ เป้าหมายในการดำเนินงาน ขององค์กรอย่างชัดเจน และวัดผลได้	236.07	840.471	.430	.933
พนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม ในการกำหนด วัตถุประสงค์และให้การยอมรับ	236.18	839.328	.413	.933
วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานมีการ แบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ย่อยในระดับ กิจกรรม หรือส่วนงานย่อย	236.37	840.830	.408	.933
พันธกิจที่กำหนดมีความสอดคล้องกับ ภารกิจของหน่วยงานที่กำกับดูแล	236.33	840.478	.425	.933
บริษัทมีการบ่งชี้เหตุการณ์ที่บ่งชี้ ความเสี่ยงภายในและบ่งชี้ความเสี่ยง ภายนอก	236.50	836.318	.584	.932
บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ในการ พิจารณาระดับความสำคัญของความ เสี่ยง	236.50	833.437	.653	.932
บริษัทมีการจำแนกประเภทความเสี่ยง ที่จะเกิดขึ้น	236.66	835.711	.561	.932
ผู้บริหารทุกระดับและทุกหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมิน ความเสี่ยงร่วมกัน	236.21	830.487	.587	.932
บริษัทมีกระบวนการประเมินและ บริหารความเสี่ยงจากการทุจริต โดยเฉพาะการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับการ ขายแพ็คเกจทัวร์และการนำเที่ยวโดย มัคคุเทศก์	236.32	833.790	.564	.932

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลให้บุคลากรที่ เกี่ยวข้องทราบถึงวิธีการประเมินความ เสี่ยง	236.38	837.088	.520	.932
บริษัทมีแนวปฏิบัติแบบเดียวกันเพื่อให้ ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	236.25	835.274	.569	.932
บริษัทใช้ทรัพยากรมนุษย์ภายใน องค์กรให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดเพื่อ ลดความเสี่ยงในด้านการดำเนินงาน และด้านการเงิน	235.97	837.350	.519	.932
บริษัทอัปเดตสถานการณ์ผ่านเว็บไซต์ ของบริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานที่เขว และเป็นการรักษาชื่อเสียงของบริษัท	236.13	834.493	.495	.932
บริษัทหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยการ กำหนดกิจกรรมการดำเนินงานที่ไม่ สร้างความเสียหายให้แก่บริษัท	235.97	840.818	.426	.933
บริษัทมีการตรวจสอบถึงความ ครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ของการ บันทึกรายการต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติ อย่างเหมาะสม	235.96	845.851	.332	.933
บริษัทกำหนดกิจกรรมการควบคุมให้ ควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานปกติ	236.21	848.989	.240	.933
บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่การ ปฏิบัติงานที่สำคัญหรืองาน ที่เสี่ยงต่อความเสียหาย	236.10	844.055	.357	.933
บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ ความเสี่ยงของธุรกิจนำที่เขว	236.61	846.201	.297	.933

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
บริษัทมีการฝึกอบรมความรู้ ความ เข้าใจในการบริหารความเสี่ยงให้กับ บุคลากรภายในบริษัท	236.61	839.252	.406	.933
บริษัทมีการปรับปรุงสื่อในการ นำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวแก่ บุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอ	236.44	832.353	.493	.932
บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศ และการสื่อสารให้ถูกต้อง เหมาะสม อย่างสม่ำเสมอ	236.39	829.443	.530	.932
บริษัทมีการทบทวนนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของบริษัทและหน่วยงาน	236.52	836.300	.504	.932
บริษัทมีการติดตามเพื่อเฝ้าระวัง และ รายงานระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น	236.36	833.171	.560	.932
บริษัทปรับปรุงและแก้ไขสิ่งที่บกพร่อง ให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นหลังจากการ ประเมินผลแล้ว	236.03	839.080	.434	.933
กำหนดกระบวนการติดตามปฏิบัติตาม จริยธรรมธุรกิจ และข้อกำหนดความ ซัดแย้งทางผลประโยชน์	236.22	838.477	.444	.933

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววิสา ตรงคง
วัน เดือน ปี เกิด	20 กรกฎาคม 2537
ที่อยู่	1214/119 หมู่บ้านภัสสรเพรสทิจ ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประวัติการทำงาน	-
เบอร์โทรศัพท์	090-912-0914
อีเมล	vareesa.tk@hotmail.com

