

แนวการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน

METHODS OF DEVELOPING CHIANG MAI 'S TOURISM INDUSTRY WORKERS' CAPACITY FOR ASEAN INTEGRATION

ปณิษฐา ตาคำ* กัญยาวิรุ้ เมฆีวราพันธุ์** จิรพล จิยะจันทน์***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ
การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ ประสิทธิภาพขององค์การธุรกิจ
นำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ
การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิภาพขององค์การ
ธุรกิจนำเที่ยว (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัด
เชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา คือ สมรรถนะ การพัฒนาศักยภาพ
การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิภาพขององค์กร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative
Research) ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 320 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทาง
คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์รายละเอียด
ทั้งตัวแปรต้น ตัวแปรแทรก ตัวแปรตาม ที่มีความสัมพันธ์ตามข้อสมมติฐานของการวิจัย โดยการ
วิเคราะห์ Path analysis สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) Exploratory
Factor Analysis

ผลการวิจัยพบว่า

1) องค์ประกอบสมรรถนะผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว พัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำ
เที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิภาพขององค์กร พบว่า ด้านความคิดสร้างสรรค์ คือ การมี
สมาธิในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวได้ รองลงมาคือด้านการตลาด ที่เน้น
ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศในกลุ่มอาเซียนเป็นหลัก ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว คือการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีมาตรฐาน
และด้านทรัพยากรทางการบริหาร เครื่องมือและอุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการให้บริการต้องมีมาตรฐาน

* หลักสูตรบริหารธุรกิจดุขบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น,

** สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

*** สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

2) ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

3) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน พบว่ามี 1 แนวทาง ประกอบด้วย 1) สมรรถนะ 2) การพัฒนาศักยภาพ 3) การพัฒนาจากภาครัฐ 4) ประสิทธิผลขององค์กร

คำสำคัญ : การพัฒนา, สมรรถนะของผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยว

ABSTRACT

Objectives of this research were 1. To studying business operators' competency cluster, tourism business efficiency development, development from government, and Chiang Mai's tourism business capability, 2. examining the relation between business operators' capability, latency of tourism business operation, development from government and effectiveness of tourism business and 3. suggesting ways of Chiang Mai tourism business operators' competency development, in order to accommodate the integration of ASEAN Economic Community (AEC).

The conceptual framework and studying theory focused on competency, ability development, development from government and organizational latency. This was a Quantitative Research, for which data was collected from sample surveys of 320 Chiang Mai's tourism business operators, processed by a computer package software using Descriptive Statistics, to analyze independent variable, dependent variable, and intervening variable related to the research hypothesis, by Exploratory Factor Analysis (Pearson correlation)' Path analysis.

Findings were as follows:

1) 1) the finding indicated that in term of creativity, the first point was that operators can concentrate and solve problems in tourism business operation, the second point was marketing, focusing mainly on domestic and ASEAN countries, development of basic infrastructure and facility supporting tourism, for instance, development of transportation, administrative and equipments to reach standard,

2) the finding pointed out that the relation between business operators' capability, latency of tourism business operation, development from government and effectiveness of tourism business were at the level of statistical significance .01.

3) it was found that 4 ways of Chiang Mai tourism business operators' competency development are suggested, 1) competency 2) efficiency development 3) development from government and 4) organizational latency.

Keywords: Developing, Workers' Capacity, Tourism Industry

1. บทนำ

ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของโลกเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศไทย ประกอบในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เกิดสภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าเทคโนโลยี คำนิยมด้านวัตถุและเงินตรา ซึ่งแผ่อิทธิพลไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก รวมทั้งประเทศไทย ส่งผลให้เศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศไทยรับการพัฒนาให้เจริญรุดหน้าไปพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องไปใน ปัจจุบันวิวัฒนาการของโลกด้านต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจนแทบจะตามไม่ทัน ทั้งนวัตกรรมการผลิต การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และอื่นๆ ที่สำคัญคือ สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีผลต่อมนุษย์ทุกคน ทำให้ต้องมีการติดต่อสื่อสารเพื่อเปิดหูเปิดตามากขึ้น ยิ่งสภาวะโลกรวมตัวเป็นหนึ่งในมากขึ้นเท่าใด โลกก็มีสภาพเสมือนโลกไร้พรมแดน (Borderless) การเดินทางท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารสามารถกระทำได้ภายในเวลาไม่กี่นาที ยิ่งมีการเรียนรู้ การรับรู้วัฒนธรรม ภาษา และทัศนียภาพของประเทศอื่นมากขึ้นเท่าใด คนก็ยิ่งปรารถนาที่จะเข้าไปสัมผัสประสบการณ์โดยตรงมากขึ้นเท่านั้น

จนทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และทำเงินมากที่สุดให้กับหลายประเทศ กล่าวได้ว่าเป็นภาคธุรกิจที่มีส่วนเกื้อหนุนทางการเงินแก่เศรษฐกิจโลกมากที่สุด (นিকা ซัชกุล, 2557) แนวทางเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เพื่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาลและเอกชนโลก ตลอดจนผลจากการประชุมในครั้งนั้นทำให้นานาประเทศตื่นตัวต่อการพัฒนาประเทศและหันมาสนใจปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในประเทศของตนและสังคมโลกมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยก็เช่นเดียวกันได้มีการตอบสนองเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น (มิตรา สามารถ, 2543) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism industry) เป็นอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) ที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องเชื่อมโยงกัน โดยมีธุรกิจหลักสำคัญ ได้แก่ โรงแรมที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการเดินทางขนส่ง และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจอาหาร ธุรกิจบริการอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างและกระจายรายได้ให้กับหลายๆ ภาคส่วน การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาล

ในหลายๆ ประเทศให้ความสำคัญในฐานะที่เป็นกลจักรหลักในการสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างรวดเร็ว โดยได้กำหนดให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญในลำดับต้นของแผนยุทธศาสตร์แห่งชาติ พร้อมทั้งเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ส่งเสริมการบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงานกระจายรายได้สู่ชุมชนและหารายได้จากเงินตราต่างประเทศให้เข้าประเทศให้ได้มากขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมารายได้จากการท่องเที่ยวกลายเป็นรายได้อันดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าอื่นๆ (นิคม จารุมณี, 2544) ช่วยสร้างอาชีพและเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเศรษฐกิจท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต และลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ (นำชัย ทนุผล, 2542) การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นยังก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้ไปยังพื้นที่ต่างๆ ซึ่งนำไปสู่การจ้างงานในภาคอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

ด้านสังคม อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญเพราะช่วยลดการอพยพแรงงานเข้าสู่เมือง ช่วยสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่น ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาสร้างสันติภาพและความสามัคคี ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีและสิ่งแวดล้อม ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าหรือของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ในแง่สังคม การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะทำให้เกิดการพัฒนา สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ยกกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ให้ดีขึ้น รวมทั้งการสร้างความรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศ จากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน ของแรงงานทั้งระบบรวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รายได้เงินตราต่างประเทศดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในช่วงที่การส่งออกสินค้าของไทย มีแนวโน้มชะลอลดตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้คนนิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้อย่างสูงสุด เป็นอุตสาหกรรมเชิงซ้อน (Multifaceted Industry) ที่มีผลต่อเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม

(Direct Effects and Indirect Effects) เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าจะมีค่าทวีประมาณ 2.06 เท่า คือ ถ้านักท่องเที่ยวเอาเงินมาใช้ 100 เหรียญสหรัฐ จะหมุนเวียนอยู่ในระบบการผลิตบริการในท้องถิ่น เช่น การผลิตสินค้าอุปโภคปรายย่อย การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง และมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญสู่ภูมิภาคต่างๆ มีการกระจายการลงทุนไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวนำให้เกิดการลงทุนในหมวดอุตสาหกรรมอื่นๆ

สาธารณูปโภค ถนนหนทาง การประปา ไฟฟ้า การติดต่อสื่อสาร (Eturbonews, 2553) ทำให้ภาวการณ์มีงานทำมากขึ้น รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายสู่ประชากรทั่วประเทศ ส่วนภูมิภาคต่างๆ มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น มีการสร้างสิ่งใหม่ๆ เกิดอาชีพใหม่ๆ และมีความต้องการแรงงานมากมาย จากการรายงานของสภาการท่องเที่ยวและการเดินทางโลก (World of Travel and Tourism Council; "WTTC" เมื่อ ค.ศ. 1993 ได้สรุปไว้ว่า การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนทั่วโลกประมาณ 204 ล้านคนมีงานทำ หรือพนักงาน 1 ใน 9 คนทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (คิดเป็นอัตราร้อยละ 10.6 ของแรงงานของโลก) หรือประมาณ 144 ล้านตำแหน่งทั่วโลก แม้ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ใน ค.ศ. 2009 การจ้างงานในภาคการเดินทางและการท่องเที่ยวทั่วโลก 235 ล้านตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 8.2 ของการจ้างงานทั้งหมด และก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจร้อยละ 9.4 ของ GDP โลก และในสภาพรวมเศรษฐกิจ การเดินทางและการท่องเที่ยวคาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 4.4 ต่อปี ระหว่าง ค.ศ. 2010 และ 2020 สนับสนุนให้มีการจ้างงาน 300 ล้านตำแหน่ง ภายใน ค.ศ. 2020 โดยคิดเป็นร้อยละ 9.2 ของตำแหน่งงานทั้งหมด และคิดเป็นร้อยละ 9.6 ของ GDP ทั่วโลก ซึ่งเป็นการยืนยันว่าการเดินทางและการท่องเที่ยวจะยังคงเติบโตในแง่ของการจ้างงานสูงที่สุดสาขาหนึ่งของโลก (Dsd, 2554) ในประเทศไทยการท่องเที่ยวนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น และเกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพใหม่ทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นจำนวนมาก เช่น ธุรกิจสปา สร้างอาชีพให้หมอนวดแผนไทย หรือนักสวดคนธา-บำบัด (Aroma Therapist) ฯลฯ

จากการรายงานของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีจำนวนแรงงานที่มีอยู่ในธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ที่พักแรมนำเที่ยว เจ้าหน้าที่ของที่ระลึกภัตตาคารและร้านอาหาร ขนส่งเอกชน และธุรกิจอื่นๆ ใน พ.ศ. 2551 มีทั้งหมด 5,486,700 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 5.6 ล้านคนใน พ.ศ. 2553 หรือมีประมาณร้อยละ 15.3 ของประชากรแรงงานไทย ซึ่งในแต่ละปี อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 7 สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตมีการเสวนาเรื่องอนาคตของการท่องเที่ยวในงาน (จิรา บัวทอง, 2557) Intemaional Tourism Business (ITB) 2007 ได้วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวในอนาคตและปี 2020

แนวโน้มการท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนไป กล่าวคือ 1) นักท่องเที่ยวจะมีความระมัดระวังด้านสุขภาพมีสูงขึ้น 2) แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งผลให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพจะได้รับผลกระทบอย่างมาก 3) บริเวณที่มีน้ำเสีย หาดไม่สะอาด อากาศเป็นพิษ สิ่งก่อสร้างสกปรกและเสี่ยงต่อการติดเชื้อจะเป็น

ที่หลีกเลี่ยง 4) มีการมุ่งเน้นด้านจริยธรรมมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันด้านจริยธรรมสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 5) เทคโนโลยีที่ควบคุมสิ่งแวดล้อมจะมีความสำคัญมากขึ้น 6) แรงกดดันทางการแข่งขันจะมากขึ้น 7) นักท่องเที่ยวจะคาดหวังว่าจะได้ผลตอบแทนมากขึ้นในขณะที่ค่าใช้จ่ายน้อยลง 8) การท่องเที่ยวในเอเชียจะมาแรง 9) ความมั่งคั่งและอำนาจได้ย้ายมาอยู่ที่โลกตะวันออก 10) แหล่งธรรมชาติที่ไม่ถูกทำลายจะหายากมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีค่ามากยิ่งขึ้น 11) การเปิดประเทศของจีนจะมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นยอดนิยมของโลกเพิ่มขึ้น 12) นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่เงียบสงบและประสบการณ์ด้านจิตวิญญาณมากขึ้น เนื่องจากเหน็ดเหนื่อยกับชีวิตในสังคมโอกาสจะพักผ่อนหย่อนใจจึงสำคัญมากกว่าการไปแหล่งบันเทิงต่างๆ 13) ความต้องการสถานที่ที่ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่กับบ้านมากกว่าอยู่ต่างแดน นักท่องเที่ยวในอนาคตจึงจะสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่กับบ้านแต่ให้บริการที่ดีกว่า มากกว่าไปสถานที่ที่ให้ความรู้สึกแปลกแยก 14) คนไทยนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางระยะใกล้ คือ ราคาถูก มีความคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยว ใช้เวลาเดินทางสั้น ทำให้มีเวลาในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่ต้องมีการวางแผนการเดินทางยากและนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ สำหรับตลาดที่นักท่องเที่ยวระยะใกล้ที่มีการเดินทางออกนอกประเทศสูง คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน 15) การให้ความสำคัญกับสุขภาพและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น และคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจะมีความต้องการมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศและภูมิภาคเดียวกัน (ณัฐจิรา อ่ำพลพรรณ, 2557)

ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว มีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย กระจายอยู่ในทุกจังหวัด และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีความสวยงามติดระดับโลก มีเอกลักษณ์ต่างจากภูมิภาคอื่น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมที่สนับสนุนเชื่อมโยง และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมที่จะพัฒนาอีกจำนวนมาก เมื่อพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศในทวีปเอเชีย โดยพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงนักท่องเที่ยวรู้จักกันดี จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ประมาณ 100 แห่ง เป็นรองประเทศจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย ตามลำดับ โดยแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลนักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุด โดยมีคู่แข่งคือ อินเดียและอินโดนีเซีย แหล่งช้อปปิ้งมีคู่แข่งสำคัญ คือ จีน ญี่ปุ่น และฮ่องกง สำหรับสนามกอล์ฟไทย ยังเป็นรองญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ ความได้เปรียบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงเป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และได้รับรางวัลความสำเร็จจากการจัดอันดับในระดับโลกรางวัลที่ประเทศไทยได้รับเหล่านี้ สะท้อนภาพลักษณ์ด้านบวกของประเทศไทย เป็นการตอกย้ำให้เห็นศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย การเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 124 ประเทศของ World Economic Forum พบว่า

ประเทศไทยมีอันดับที่ดีขึ้น แม้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและวิกฤตในหลายด้านในปี 2550 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก ปี 2551 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 42 ของโลก และปี 2552

ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก โดยประเทศไทยเป็นที่ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคา และความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก พบว่าขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยในปี 2552 อยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก ยังเป็นรองประเทศออสเตรเลีย (อันดับ 9) สิงคโปร์ (อันดับ 10) ฮองกง (อันดับ 12) นิวซีแลนด์ (อันดับที่ 20) ญี่ปุ่น (อันดับ 25) เกาหลีใต้ (อันดับ 31) และประเทศมาเลเซีย (อันดับ 32) แต่มีอันดับที่ต่ำกว่า ใต้หวัน (อันดับ 43) จีน (อันดับ 47) อินเดีย (อันดับ 62) บรูไน (อันดับ 69) อินโดนีเซีย (อันดับ 81) ฟิลิปปินส์ (อันดับ 86) และเวียดนาม (อันดับ 89) (World Economic Forum, 2009) การแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทุกประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศ ประกอบกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งสถานการณ์และปัจจัยเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ที่นับวันจะมีความซับซ้อนรุนแรงและเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้นจึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านสมรรถนะผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวหรือด้านการพัฒนาจากภาครัฐเพื่อที่จะได้มีประสิทธิผลต่อองค์การธุรกิจนำเที่ยว

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้นนั้น ทำให้เห็นถึงความสำคัญของปัญหาผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถหรือสมรรถนะของผู้ประกอบการอันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจนำเที่ยว ในการปรับปรุงให้สามารถแข่งขันสมรรถนะในด้านต่างๆ ของธุรกิจนำเที่ยวในไทยและรวมทั้งประเทศที่อยู่ในกลุ่มในอาเซียน เป็นรากฐานที่ดีมีประสิทธิผลต่อองค์กรในการสร้างศักยภาพของตัวผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และทำให้ผู้เกี่ยวข้องมีโอกาสเรียนรู้ถึงสมรรถนะของการประกอบธุรกิจนำเที่ยว เพื่อที่จะสามารถนำไปพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะมีผลดีอย่างมากก่อให้เกิดการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เพื่อให้ประเทศไทยคงเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชียอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ ประสิทธิภาพขององค์การธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่

2.2. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว

2.3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง มีข้อมูลหลายส่วนที่ต้องทำการรวบรวม ข้อมูลมาประกอบกันให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research) การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีจำนวนประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 320 ตัวอย่าง มีวิธีการและขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารชั้นทุติยภูมิ (Secondary Source) ได้แก่ เอกสาร หนังสือ ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการเพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการ แผนการพัฒนาจากภาครัฐเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559) และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว

ขั้นที่ 2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

ขั้นที่ 3 การบูรณาการแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการเพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน นำมาวิเคราะห์ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าร้อยละ (Percentages) เพื่อนำเสนอข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในหมวดหมู่ของตัวแปรต้น ตัวแปรแทรก ตัวแปรตาม

ขั้นที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมานำเสนอเขียนเป็นความเรียงต่อไป

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics Analysis) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation) และโดยใช้สถิติ Factor Analysis

5. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 มีสถานภาพสมรส จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 มีส่วนใหญ่อายุระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 และมีรายได้ระหว่าง ต่อเดือนมากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50

2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ ประสิทธิภาพขององค์การธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของสมรรถนะผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.59 ระดับความคิดเห็นของแต่ละด้าน พบว่า ระดับที่ 1 ด้านความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 3.79 ระดับที่ 2 ด้านความเชี่ยวชาญรอบรู้ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และระดับที่ 3 ด้านทีมงานสัมพันธ์ เฉลี่ย 3.63

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65 ระดับความคิดเห็นของแต่ละด้าน พบว่า ระดับที่ 1 ด้านการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.74 ระดับที่ 2 ด้านการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ย 3.72 ระดับที่ 3 ด้านบุคลากร เฉลี่ย 3.69

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของการพัฒนาจากภาครัฐ ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น โดยมีระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นของแต่ละด้าน พบว่า ระดับที่ 1 ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.72 ระดับที่ 2 ด้านการพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.65 ระดับที่ 3 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เฉลี่ย 3.62

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น โดยมีระดับความคิดเห็นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นของแต่ละด้าน พบว่า ระดับที่ 1 ด้านทรัพยากรทางการบริหาร ค่าเฉลี่ย 3.53 ระดับที่ 2 ด้านประสิทธิภาพของงาน มีค่าเฉลี่ย 3.44 ที่ 3 ด้านผลงานที่ได้รับ เฉลี่ย 3.24

3. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 1 สมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลค่านวนสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันได้ค่า .732 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 สมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาจากภาครัฐ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลค่านวนสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันได้ค่า .734 ผลค่านวนสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันได้ค่า .732 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาจากภาครัฐ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลค่านวนสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันได้ค่า .708 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลค่านวนสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันได้ค่า .599 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 การพัฒนาจากภาครัฐมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลค่านวนสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันได้ค่า .877 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ 5

4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน พบว่า มี 1 แนวทางประกอบด้วย องค์ประกอบเชิงยืนยันสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ตัวแปรต้นประกอบด้วย ทั้งหมด 6 ตัว ดังนี้ ด้านการถ่ายโอนความรู้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านทีมงานสัมพันธ์ ด้านการพัฒนาเส้นทางอาชีพ ด้านภาวะผู้นำ ด้านความเชี่ยวชาญรอบรู้ องค์ประกอบเชิงยืนยันการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว ตัวแปรแทรก ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านการบริหารงาน ด้านการตลาด องค์ประกอบเชิงยืนยันการพัฒนาจากภาครัฐ ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ด้านการพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว และองค์ประกอบเชิงยืนยันประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ด้านผลงานที่ได้รับ ด้านประสิทธิภาพของงาน ด้านทรัพยากรทางการบริหาร

6. อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ ประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะของผู้ประกอบธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ ประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมมีความคิดเห็นมาก อย่างมีนัยสำคัญ หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นมากที่สุด ด้านการตลาดคือการมีตัวแทนการตลาดในประเทศและต่างประเทศเชื่อมโยงและควรทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับ **ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541)** การตลาดคือเครื่องมือการสร้างความพึงพอใจ หรือบริการ หรือความคิด รวมถึงการติดต่อ สื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสื่อสารเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ

มีการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร การบริการ หรือความคิด การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personnel Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่ม เป้าหมายให้ซื้อหรือบริการ หรือปฏิกิริยาต่อความคิดโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นสิ่งจูงใจที่มีค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วย งานขาย ผู้จัดการจำหน่าย หรือผู้บริโภคนสุดท้าย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในพื้นที่ทันทีเป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนโฆษณา สามารถกระตุ้นความสนใจ โดยการทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย

รองลงมาที่มีความคิดเห็นมาก คือ การพัฒนาจากภาครัฐ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวและการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้ พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการ (1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรองโดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยง เชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางขนส่งประเภทต่างๆ ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีมาตรฐานสากล (2) ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (3) ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ และถูกต้องตามหลักสากล (4) พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีมาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากลและสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาระบบคมนาคมทางบก (5) พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางอากาศ ให้มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศสนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชน ในการเปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ

2. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพ การดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว การพัฒนาจากภาครัฐ และประสิทธิผลขององค์การธุรกิจนำเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วีระยุทธ ทนทาน (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาว มีความคิดเป็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงสมรรถนะโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเชื่อมั่นว่าความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่ผ่านมาจะสามารถปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์มากขึ้น รวมทั้งมุ่งมั่นที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า

และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ลูกค้าด้วยการมองการณ์ไกล เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพในองค์กร และแลกเปลี่ยนความรู้แก่กันและกัน นอกจากนี้แรงกดดันที่มาจากค่านิยม ทักษะคติ ความต้องการ

ตลอดจนลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อเป็นผลทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่เดียวกัน แต่ผู้ประกอบการก็ยังให้ความเชื่อมั่นว่ารัฐบาลจะสามารถวางแผนแก้ไขปัญหาได้อย่างจริงจัง และรวดเร็วทันที่ และงานวิจัยของ **Rittichainuwat. B. N., Qu, Hailin & Brown, T. J. (2001)** ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวนานาชาติของไทย : ประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด พบว่า ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เชิงบวกในแง่ของความรู้ร่ายทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ แต่ทว่าประเทศไทยเองก็มีปัญหาในแง่ของมลภาวะ โสเภณี และการก่ออาชญากรรมทำร้ายนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวตอบว่าจะกลับมาเยือนประเทศไทยอีกครั้ง ประเด็นที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจมากที่สุดคือการโฆษณาให้ใช้บริการท่องเที่ยวฟรีเพื่อส่งเสริมการเลือกซื้อสินค้าและการใช้จ่ายเงินในรูปแบบอื่นๆ แต่ธุรกิจนำเที่ยวกลับทอดทิ้งพวกเขาให้ใช้บริการร้านอาหารและโรงแรมที่มีคุณภาพต่ำกว่าการโฆษณาที่นำเสนอ

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน การวัดระดับความคิดเห็นตัวแปรอิสระในการเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า มีองค์ประกอบเดียว ซึ่งเรียงตามระดับค่าคะแนนมากไปน้อยนั้น จะสามารถเรียงตามลำดับของตัวแปรทั้งหมด 6 ตัว ดังนี้ ด้านการถ่ายโอนความรู้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านทีมงานสัมพันธ์ ด้านการพัฒนาเส้นทางอาชีพ ด้านภาวะผู้นำ ด้านความเชี่ยวชาญรอบรู้ ฉะนั้นจึงสามารถที่จะสรุปตัวแปรสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกมาเป็นตัวแบบเพื่อนำเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

พบว่า สมรรถนะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจนำเที่ยวมาก ในด้านการถ่ายโอนความรู้ คือคือการสอนงาน (Mentoring) คือกระบวนการเรียนรู้เพื่อช่วยให้บุคคลคนหนึ่งสามารถเพิ่มพูนความรู้ เสริมสร้างความเข้าใจในแนวทางการดำรงชีวิต และหนทางแห่งความสำเร็จในองค์กรใดองค์กรหนึ่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยอาศัยการปลุกฝัง ถ่ายทอดจากคนหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยง (Mentor) ไปสู่อีกคนหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เป็นน้องเลี้ยง (Mentee) **อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา (2555)** และด้านความคิดสร้างสรรค์ คือลักษณะของคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ไว้ก่อนข้างละเอียดซึ่งประกอบด้วย (1) มีความรู้สึกที่ประหลาดใจที่พบเห็นของใหม่ที่น่าทึ่ง (Capacity of be puzzled) สนใจสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ หรือของใหม่ๆ (2) มีสมาธิสูง (Ability to Concentrate) การที่จะสร้างสิ่งใดก็ได้ คิดอะไรออกก็ต้องไตร่ตรองในเรื่องนั้นเป็นเวลานาน ผู้ที่สร้างสรรค์จำเป็นจะต้องมีความสามารถทำจิตใจให้เป็นสมาธิ (3) สามารถที่จะยอมรับสิ่งที่ไม่แน่นอนและเป็นสิ่งที่ขัดแย้งและความตึงเครียดได้ (Ability to accept conflict and tension) (4) มีความเต็มใจที่จะทำสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ทุกวัน (Willingness to be born everyday) คือ มีความกล้าหาญและศรัทธาที่จะเผชิญต่อสิ่งแปลกใหม่ทุกวัน **Griswald (1996)**

7. ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งองค์การท้องถิ่น และผู้ประกอบการก็นำเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรที่จะให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และมีการให้บริการอย่างประทับใจแก่นักท่องเที่ยว หรือควรทำสัญญาร่วมมือกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ทั้งด้านพัฒนาศักยภาพในการดำเนินการท่องเที่ยว รวมทั้งด้านการพัฒนาจากภาครัฐ เช่น การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย..
- นำชัย ทนุผล. (2542). *แนวคิดและวิธีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นิคม จารุมนี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์,
- นิตา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มิตรา สามารถ. (2543). *การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- วีระยุทธ ทนทาน. (2555). *แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการของประชาคมอาเซียน*. *วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Fromm, Erich. (1983). *Marx's Concept of Man*. New York : Frederick Ungar Publishing Colorado :Libralies Unlimited Inc.
- Griswold, A.B. (1996). *Towards a History of Sukhodaya Art*. The Fine Arts Dept.
- Rittichainuwat. B. N., Qu, Hailin & Brown, T. J. (2001). *Thailand's intemational travel image : Mostly favorable*. *Joumat of Hospitality & Tourism Research*.

