



การศึกษาการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ Readiness of Travel Agency in Chiang Mai for ASEAN Economic Community (AEC): The Case Study of Travel Agency in Chiang Mai District, Chiang Mai Province

ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรณ^{1*}, นรพรรณ โพธิ์พุกษ์¹

¹ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านโครงการตรวจประเมินมาตรฐานของสำนักงานทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2555 จำนวน 7 ราย และจากผู้บริหารหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และมีส่วนได้ส่วนเสียกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 6 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างโดยการนำมาวิเคราะห์ SWOT และทำการเปรียบเทียบผลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า จากการประเมินของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 1) ด้านความพร้อมด้านแรงงานของบริษัทอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานของบริษัทมีความรู้ความสามารถในการนำเที่ยวในภาคเหนือของไทย มีทักษะการทำงานมีประสิทธิภาพหลายปีพนักงานของบริษัทได้นำเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านมาแล้ว จึงสามารถเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้านได้ดี 2) ด้านความพร้อมทางด้านศักยภาพด้านภาษาของบริษัท อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยจุดแข็งพนักงานของบริษัทสามารถสื่อสารภาษาที่ 3 ได้ การใช้ภาษาอังกฤษได้ดี พร้อมทั้งยังพัฒนาภาษาจีนได้อีก ในส่วนของระดับผู้บริหารสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี 3) ด้านความพร้อมด้านการแข่งขันของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) จุดแข็ง

* ผู้เขียนหลัก
อีเมล: tipwadee@feu.edu

บริษัทที่มีโปรแกรมทัวร์เสนอขายเป็นจำนวนมาก รวมถึงบริษัทที่มีพันธมิตรที่มีอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทบริหารงานเองจึงไม่ซับซ้อน และสามารถแก้ปัญหาได้เองอย่างรวดเร็ว จากการประเมินของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวพบว่า กลุ่มหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน 1) ด้านความพร้อมด้านแรงงานของบริษัทนำเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยจุดแข็งของบริษัทนำเที่ยวมีจิตบริการ 2) ด้านความพร้อมด้านศักยภาพทางด้านภาษาของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยจุดแข็งมัคคุเทศก์ สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดีชัดเจน ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวพร้อมเรียนรู้ภาษาจีน 3) ด้านความพร้อมในแข่งขันของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) โดยจุดแข็ง คือ มีผู้ประกอบการมากช่วยให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีแนวทางแก้ไขปัญหในการเตรียมความพร้อมจากการปรับตัวและความร่วมมือ 1) ทางด้านการตลาด ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน และให้ทางรัฐเข้ามาควบคุมเกี่ยวกับราคาและคุณภาพทางด้านการบริการและเพิ่มช่องทางการตลาดให้มากขึ้น 2) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัด ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของเชียงใหม่ไว้ให้ได้มากที่สุด และมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและความปลอดภัยให้บริการเป็นระดับสากล และควรมีแพ็คเกจสำหรับกลุ่ม Niche ให้มากขึ้น 3) ด้านการลงทุน ควรมีงบประมาณในการส่งเสริมการพัฒนาให้เป็นมาตรฐาน และสถาบันการเงินหรือรัฐ ควรมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีสภาพคล่องขึ้น โดยการหาแหล่งเงินทุนจากภาครัฐมาสนับสนุน 4) ด้านการประชาสัมพันธ์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในกลุ่ม AEC ให้มากขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์สู่ระดับสากล โดยการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายและตัวสื่อโฆษณาที่มีทั้งภาษาอังกฤษและจีน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านตัวแทนจากสมาคมที่มีอยู่ และ 5) การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน มีการสอบและตรวจสอบมาตรฐานบริษัทนำเที่ยวและการวัดมาตรฐานมัคคุเทศก์ที่สำคัญ ต้องมองมาตรฐานสากลโลกเป็นหลัก

คำสำคัญ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว การเตรียมความพร้อม เชียงใหม่

Abstract

The research aims to study the Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) along with solutions found in a preparation of tourism entrepreneurs in Chiang Mai Province for entering into ASEAN Economic Community. The data was collected from seven Travel Agencies in Muang Chiang Mai District who had passed the evaluation on the standard of the Travel Agency Inspection Project by the Bureau of Tourism Business and Guide Registration, Northern Office in 2012, and from the executives in six organizations including government and private sectors that were involved in tourism and affected from entering into ASEAN Economic Community. There used



the purposive sampling method and in-depth interview with the structural interview pattern. The SWOT analysis was undertaken to compare the results from the group interview. The study on the readiness of the travel agencies for ASEAN Economic Community by SWOT analysis found that from the evaluation of the travel agencies, it showed: Firstly, the readiness of the company workforce was in a good level (the average score was 4.02). The company staff had the expertise in guiding tour in the north of Thailand, many years of experience, and understanding in the culture of the neighboring countries resulted from their experience in guiding tour in those countries. Secondly, the readiness level of the company staff's language potential was good (the average score was 3.54). The strong points were that staff were able to communicate in the other languages. Not only did they speak their own mother tongue, but they also spoke good English and had developed their skill in Chinese. And the executives could communicate in English well. Finally, the readiness level of the company competition potential was moderate (the average score was 3.14). The strengths were that they had many tour programs, cooperative partners inside and outside the country, and ran business by themselves which supported the simplicity and the ability to quickly solve problems.

The evaluation of the government and private sectors found that: Firstly, the readiness level of the workforce was moderate (the average score was 3.11). The strength of the tour company was a willingness to serve. Secondly, the readiness level of the company staff's language potential was moderate (the average score was 3.47). It had the strong points of having the tour guides who could communicate in English clearly, and the entrepreneurs who were ready to learn Chinese. And finally, the readiness level of the company competition potential was moderate (the average score was 2.71). It had the strengths of having many Travel Agencies, causing more various types of products and more choices for tourists to choose.

The research found that the travel agencies had the solutions for the preparation on the adaptation and cooperation which included 1) Marketing Factor; there should be the marketing promotion strategy in neighbouring countries. The government should control the price and quality of service and provide more marketing channels. 2) The Product Development and Tourism Experience of the Province; we should preserve authentic Chiang Mai culture and significant attractions and occasionally audit the tourism products to meet the standard and safety. The services should be improved to meet international standard and there should be more packages for the Niche Market Group. 3) Investment Factor; The government should provide budgets to support the development to meet the standard, and should look for the investment partners or joint ventures in neighbouring countries. 4) Public Relations Factor; To do more marketing, provide a channel to propose Thai

tourism to AEC markets and increase advertisements in AEC countries were also needed. The government and private sectors suggested that there should be Public Relations internationally by increasing more channels on advertisements and the media should be in both English and Chinese languages for the advantage in AEC countries. There should also be Public Relations through the representatives of the existing associations or organizations. Besides, there should be more advertisements via social media. 5) The ASEAN Tourism Standards; there should be the audition/ inspection on the standard of the Tour Companies and Tourist Guides and which significantly focused on the world standards.

Keywords

The ASEAN Economic Community, Travel Agency, Preparation of Travel Agency, Chiang Mai

บทนำ

ประเทศไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งมีเป้าหมายหลักที่ทำให้ประเทศสมาชิกสมาคมอาเซียนมีตลาดและฐานการผลิตเดียวโดยวิริยกุลไคและมาตรการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการไหลเวียนของสินค้า บริการ แรงงานและการลงทุนอย่างเสรีรวมทั้งลดช่องว่างของระดับการพัฒนาภายในกลุ่ม อันจะนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง สามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นได้ ซึ่งนับเป็นความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่ส่งผลกระทบอย่างมากทั้งต่อไทยและต่อเพื่อนสมาชิกที่เหลือในอีก 9 ประเทศ (ครรชิต พุทธิโกษา, 2554)

ประเทศไทยนับได้ว่าเป็นโอกาสและความได้เปรียบเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันโดยเฉพาะการท่องเที่ยวไทยที่เห็นได้ชัด คือ การใช้ข้อได้เปรียบในการเป็นประตูสู่ภูมิภาค (Gateway to ASEAN) ของ AEC ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในทางกลับกันสำหรับปัญหาที่เป็นด้านลบ คือ 1) ปัญหาด้านแรงงาน การโยกย้ายของแรงงานราคาถูกจากพม่าและกัมพูชาจะเคลื่อนจากประเทศไทยกลับไปยังประเทศตัวเอง หรือไปสู่แหล่งจ้างแรงงานใหม่ที่ดีกว่า 2) ศักยภาพทางด้านภาษา เป็นลักษณะการว่าจ้างจากหลากหลายชาติตามความเหมาะสมของศักยภาพในการทำงาน อาทิเช่น แรงงานไทย ถ้าต้องการหาโอกาสที่ดีในตลาดอาเซียนต้องปรับตัวในเรื่องของภาษา โดยเฉพาะในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 3) ประเทศไทยเจอคู่แข่งชั้นหลายด้าน เช่น ในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิเช่นพม่า ประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยว กัมพูชาประเทศที่ตั้งเป้าหมายหลังจาก 5 ปี ข้างหน้า จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากจีนเข้าสู่ประเทศให้ได้ปีละ 1 ล้านคนและในขณะนี้ได้มีการเตรียมตัวให้บุคลากรเรียนภาษาจีนเพื่อรองรับตลาดการท่องเที่ยวจากจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มเข้ามาประเทศกัมพูชาเพิ่มขึ้นต่อไป (Thai-AEC.Com, 2555) อีกทั้งจากการที่เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของต่างประเทศและมีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวนมากจึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ต้องเตรียมตัวรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

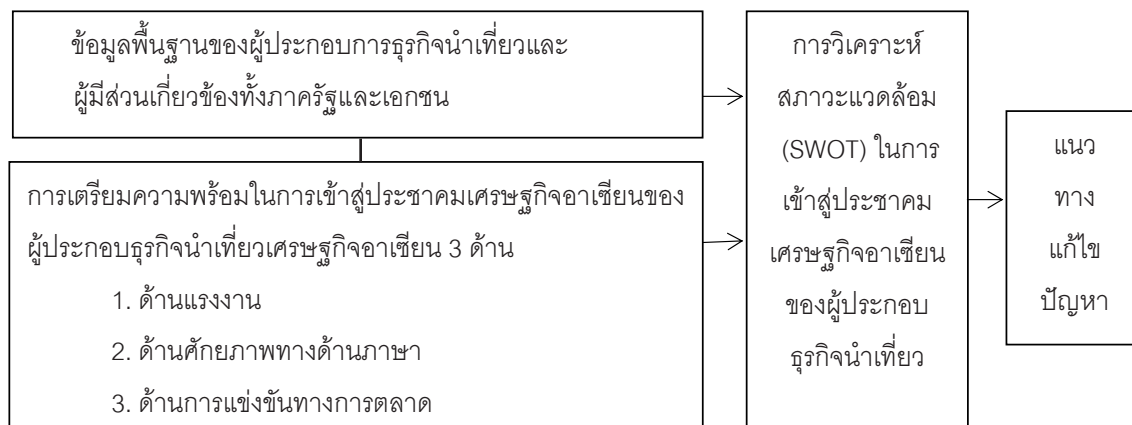
เนื่องจากปัจจุบันประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นนโยบายของประเทศที่ต้องมีการพัฒนาในด้านต่างๆ ซึ่งทางด้านผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายในปีต่อไป

คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผ่านโครงการตรวจประเมินมาตรฐานของสำนักทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2555 จำนวน 7 ราย และจากผู้บริหารหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 6 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยการนำวิเคราะห์ SWOT และทำการเปรียบเทียบผลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม และมุ่งหวังว่างานวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการนำผลการวิจัยไปเพื่อเตรียมการสำหรับปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น หรือหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการเตรียมความพร้อม จากปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป ที่จะได้ใช้ข้อมูลจากงานวิจัยนี้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประเทศไทยสามารถเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นไปอย่างมั่นคงต่อไปด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคและการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านการตรวจประเมินโครงการตรวจประเมินมาตรฐานของสำนักทะเบียนและธุรกิจนำเข้าเที่ยว และภาคเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2555 และมีการทำตัวชี้ให้กับกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่มีที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 ราย หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 6 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

สัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ SWOT และทำการเปรียบเทียบผลจากการสัมภาษณ์ 2 กลุ่ม

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว พบว่า อายุโดยเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว คือ 37.9 ปี และมีประสบการณ์การทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ 10.1 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการและบริหารกิจการเอง ร้อยละ 42.9 ประเภทกิจการขององค์กร ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 42.9 กลุ่มสาขาแบ่งตามกลุ่มการเดินทาง ตามสถิติการทำงานของประเทศสมาชิกอาเซียน

บุคคลกลุ่มหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน พบว่า อายุโดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ 44.7 ปี และมีประสบการณ์การทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ 19.8 ปี ตำแหน่งในการดำรงตำแหน่งของผู้ตอบส่วนใหญ่เป็น ผู้บริหาร ร้อยละ 50.0 หน่วยงานที่สังกัด หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 50.0 และภาคธุรกิจเอกชนร้อยละ 50.0 โดยทั้งหมดเป็นองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเตรียมความพร้อมทางด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มสาขาแบ่งตามกลุ่มการเดินทางตามสถิติการทำงานของประเทศอาเซียน

2. ระดับของความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ตารางที่ 1

ระดับการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3 ด้านตามทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ความคิดเห็น	คะแนน		ระดับ
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
ความพร้อมด้านแรงงานของบริษัท	4.02	.701	มาก
ความพร้อมด้านศักยภาพทางด้านภาษาของบริษัท	3.54	.652	มาก
ความพร้อมด้านการแข่งขันของบริษัท	3.14	1.19	ปานกลาง
รวม	3.69	.633	มาก

ตารางที่ 2

ระดับเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3 ด้านตามทัศนคติของความคิดเห็นของกลุ่มหน่วยงานรัฐและเอกชน

ความคิดเห็น	คะแนน		ระดับ
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
ความพร้อมด้านแรงงานของบริษัท	3.11	.652	ปานกลาง
ความพร้อมด้านศักยภาพทางด้านภาษาของบริษัท	3.47	.761	ปานกลาง
ความพร้อมด้านการแข่งขันของบริษัท	2.71	.697	ปานกลาง
รวม	3.09	.623	ปานกลาง

2.1 การประเมินระดับความพร้อมของแต่ละกลุ่ม (ตารางที่ 1) พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

- 1) ประเมินความพร้อมด้านแรงงานของบริษัท อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)
- 2) ประเมินความพร้อมด้านศักยภาพทางด้านภาษาของบริษัท อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)
- 3) ประเมินความพร้อมด้านการแข่งขันของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

2.2 กลุ่มหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน (ตารางที่ 2) พบว่ากลุ่มหน่วยงานรัฐและเอกชน

- 1) ประเมินความพร้อมด้านแรงงานของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)
- 2) ประเมินความพร้อมด้านศักยภาพทางด้านภาษาของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47)
- 3) ประเมินความพร้อมด้านการแข่งขันของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71)

3. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

3.1.1 ความพร้อมด้านต่างๆ อธิบายได้ดังนี้

ความพร้อมด้านแรงงานของบริษัท ส่วนที่พร้อมมากที่สุด คือ พนักงานของบริษัท มี Service Mind **จุดแข็ง** คือพนักงานของบริษัทมีความรู้ความสามารถในการนำเที่ยวในภาคเหนือของไทย **จุดอ่อน**พบว่า ขาดทักษะในการสื่อสารภาษาของกลุ่มประเทศอาเซียนบางประเทศยังไม่มี ความชำนาญมากพอ **โอกาส** มีนักท่องเที่ยวมากขึ้นเช่น จีน ไต้หวัน สามารถหาทักษะด้านภาษาเพิ่มเติมแต่ก็มี**อุปสรรค** คือ นโยบายรัฐที่ยังขาดความชัดเจนเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ความพร้อมด้านภาษา มีความพร้อมมากที่สุดคือเรื่องพนักงานของบริษัทสามารถสื่อสารภาษาที่ 3 ได้ **จุดแข็ง** ให้การนำเที่ยวจึงมีโอกาที่พูดภาษาอื่นๆได้ดี รวมทั้งการใช้ภาษาอังกฤษได้ดี พร้อมทั้งยังพัฒนาภาษาจีนได้อีก ก็พบ**จุดอ่อน** คือ บางภาษามีแค่คุศศกน้อยไม่พอต่อลูกค้า ภาษาที่ 3 บางภาษาของกลุ่มในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยังไม่ชำนาญ **มีโอกา**สช่วยเพิ่มโอกาสพัฒนาความสามารถทางภาษาให้กับพนักงานของบริษัท อีกทั้งเวลานำเที่ยวในต่างประเทศ อุปสรรคที่พบได้แก่ ผู้สนใจเรียนภาษาต่างประเทศบางภาษายังน้อยเกินไปเช่น เยอรมัน รัสเซีย รวมถึงสื่อ อุปกรณ์ช่วยยังน้อย สำหรับตัวพนักงานของบริษัทเองตารางเวลาเรียนอาจสัมพันธ์กับการออกทัวร์ (ติดทัวร์ เรียนไม่ได้) และขาดทุนทางการเงินในการศึกษาภาษา ทำให้เป็นอุปสรรคในการการพัฒนาตัวเอง

ความพร้อมด้านการแข่งขัน ความพร้อมมากที่สุดคือ บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเส้นทางใหม่ๆ มาจัดเป็นแพ็คเกจเส้นทางท่องเที่ยว **จุดแข็ง** บริษัทมีโปรแกรมทัวร์เสนอขายเป็นจำนวนมาก รวมถึงบริษัทพันธมิตรที่มีอยู่ทั่วไป และบริษัทบริหารงานกันเอง ไม่ซับซ้อน คุยง่าย แก้ปัญหาง่าย แต่ว่า**จุดอ่อน** ขาดการตลาด ซึ่งยังไม่ถึงลูกค้าโดยตรง การขาดบุคลากรในด้านไอที และบุคลากรไม่เพียงพอ แข่งขันกันเองไม่ยาก แต่มีชาวต่างชาติมาแข่งด้วย เงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด **โอกาส**ที่จะช่วยให้บริษัทเติบโตได้อาจต้องจัดทำเว็บไซต์เพิ่มขึ้น หาทางขยายช่องทางการขาย การตลาด **อุปสรรค** ความต่างของภาษา ศาสนา วันหยุด เวลาทำงาน การติดต่อประสานงานบริษัทเป็นเพียงองค์กรเล็กๆ จำนวนพนักงานไม่มาก

3.1.2 สถานะและสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยววิเคราะห์ได้ดังนี้

จุดแข็ง คือ มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวนมากในเชียงใหม่ แข่งขันสูง ลูกค้าได้ประโยชน์ อีกทั้งมีต้นทุนการท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่อยู่แล้ว เช่น ความเป็นธรรมชาติ ตั้งแต่ ภูเขา ป่าไม้ รวมไปถึง การเดินป่า น้ำพุร้อน สภาพอากาศ เชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่นมีภาษา วัฒนธรรม กิริยาท่าทางอ่อนโยน และเป็นศูนย์กลางหลายอย่างควรมีการส่งเสริมจากรัฐ **จุดอ่อน** คือ ยังไม่มีการช่วยประชาสัมพันธ์จาก ททท. หรือรัฐอย่างเต็มที่ รวมถึงการขาดการใส่ใจในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ที่พื้นที่มีอยู่ ขาดการบำรุงรักษาสถานที่ทำให้เป็นมาตรฐานและความพร้อมของบุคลากรรวมไปถึงจิตสำนึกในการดูแลให้อยู่ในสภาพดี มีการเติบโตของตัวเมือง อาคารบังทัศนียภาพ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทำให้มีความน่าสนใจน้อยลง และภาษาในกลุ่มอาเซียนค่อนข้างยาก หากไม่มีภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางก็จะทำให้การเป็นจุดอ่อนด้วยเช่นกัน สำหรับโอกาส ที่มีการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ช่วยให้เกิดการร่วมมือการลงทุน มีโอกาสขยายเพิ่มทางสู่เพื่อนบ้านได้ มีโอกาสที่จะส่งเสริมให้มีการเรียนเพิ่มในเรื่องภาษา เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน ส่วนอุปสรรคที่พบได้คือ นโยบายรัฐ ขาดความแน่นอนจริงจัง รวมไปถึงการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ อัตราการจ้าง ภาษาที่ใช้ระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียน เพราะต่างชาติเยอะมาก แต่ความรู้ด้านภาษาของชาวเชียงใหม่ยังไม่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากนัก ทำให้มีปัญหาการสื่อสาร ในขณะที่เดียวกันก็ไม่มีเวลาและเงินทุนที่จะพัฒนาส่วนนี้อย่างจริงจัง

3.2 หน่วยงานรัฐและเอกชน

3.2.1 ความพร้อมด้านต่างๆ อธิบายได้ดังนี้

การประเมินด้านแรงงาน จุดแข็ง คือ การบริการนักท่องเที่ยวที่ดี มี Service Mind มัคคุเทศก์มีมนุษยสัมพันธ์ดี **จุดอ่อน** คือ การสื่อสารในด้านภาษาต่างๆ ในประเทศอาเซียนยังมีความชำนาญ และพนักงานบริษัทขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน **โอกาส** คือ รัฐให้ความสำคัญ (งบประมาณ) ในการส่งเสริมเพื่อช่วยให้การท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีการพัฒนาที่ดีขึ้น **อุปสรรค** เพิ่มมากขึ้น เช่น อาชญากรรม (แรงงาน) หรือแม้กระทั่งภาครัฐไม่มีความสามารถ ภาคเอกชนไม่สามัคคี ทำให้มีความล่าช้าในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว อีกทั้งความพร้อมด้านภาษาของบริษัทยังมีไม่มากพอ

ความพร้อมด้านภาษา จุดแข็ง คือ มัคคุเทศก์ ใช้ภาษาอังกฤษได้ดีชัดเจน ผู้ประกอบการพร้อมเรียนรู้เรื่องภาษาจีน แต่ **จุดอ่อน** ก็มีเช่นกันคือ ความไม่หลากหลายภาษา ทำให้เสียโอกาสการนำเที่ยว ในกลุ่มประเทศอาเซียน เพราะไม่สามารถใช้ภาษากลุ่มอาเซียนได้ อีกทั้งในส่วนของภาครัฐเข้ามาในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ยังให้ความสำคัญลูกค้ากลุ่มอาเซียนน้อยไปอีกด้วย แต่ก็ยังมี **โอกาส** ที่จะได้รับนักท่องเที่ยวในกลุ่มทัวร์ที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้กว้างขึ้น **อุปสรรค** ที่พบคืออาจต้องแพ้ด้านการแข่งขันกับบริษัทที่มีมัคคุเทศก์สื่อสารในกลุ่มอาเซียนได้ บางครั้งเพราะการใช้กันคนละภาษา และบางประเทศยังขาดความเชื่อมโยงโดยเฉพาะเส้นทางไปทำให้ส่งผลต่อปริมาณนักท่องเที่ยวได้

ความพร้อมด้านการแข่งขัน มีความพร้อมมากที่สุด คือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางใหม่ๆ มาจัดเป็นแพ็คเกจเส้นทางท่องเที่ยว โดยมี **จุดแข็ง** คือ มีผู้ประกอบการมาก ช่วยให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น **จุดอ่อน** คือผู้ประกอบการที่มีคุณภาพระดับสากลมีไม่มาก บางผลิตภัณฑ์ยังไม่สอดคล้องกับกลุ่มอาเซียน เช่น กลุ่มลูกค้ามุสลิม อย่างไรก็ตามก็ยังมี โอกาสที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้อยู่บนมาตรฐานสากล และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ โดยเฉพาะขนาดลูกค้ากลุ่มมุสลิมขนาดใหญ่และอุปสรรคที่มีก็คือ หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเรื่องมาตรฐานและกฎเกณฑ์ต่างๆ ไม่ชัดเจน อีกทั้งผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า

3.2.2 สถานะและสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของหน่วยงานที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว วิเคราะห์ได้ดังนี้

จุดแข็ง คือ ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวมีหลากหลาย ค่าครองชีพต่ำ สินค้าและบริการถูกมากมี Service Mind มีความปลอดภัยสูง สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ วิถีชีวิต ยังมีความงดงามช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี บุคลากรในธุรกิจนำเที่ยวมีประสบการณ์ มีชำนาญในการทำงานมานาน มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม มีพันธมิตรทางธุรกิจอยู่ทั่วโลก ผู้ประกอบการล้วนมีความชำนาญ ทั้งในประเทศไทย และในต่างประเทศ แต่ในขณะเดียวกันก็มี **จุดอ่อน** คือการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน ไม่ได้ทำอย่างจริงจัง ทุกแผนงานโครงการของรัฐดี แต่ขาดเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้มีความล่าช้าในการส่งเสริมการท่องเที่ยว บุคลากรของบริษัทมีความชำนาญแต่อายุมาก เงินเดือนสูง รวมถึงเรื่องภาษาในกลุ่มอาเซียนยาก หากไม่มีภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางการทำงานก็ลำบากมากขึ้น ทั้งยังมีงบประมาณในการลงทุนน้อย ภาครัฐสนับสนุนไม่ตรงจุด ซึ่งให้ความสำคัญลูกค้าอาเซียนน้อย ผู้ประกอบการยังขาดทักษะความชำนาญเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้านในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน **โอกาส** ที่ตั้งยุทธศาสตร์เมืองที่ได้เปรียบ เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวไปต่างจังหวัดและต่างประเทศได้ดี ซึ่งทำให้มีโอกาสที่จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนสนใจเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้น แต่**อุปสรรค**ที่พบ คือความไม่มั่นคงบรรยากาศทางการเมืองทำให้ส่งผลต่อการท่องเที่ยว ขาดการวางแผนงานระยะยาวในการสร้างบรรยากาศเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว การจราจรที่ไม่สะดวก เกิดรถติดและมลพิษสูง มีการแข่งขันสูงระหว่างบริษัทนำเที่ยวภายในจังหวัด กฎหมายและระเบียบในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศ (กรณีตั้งสำนักงานต่างประเทศ) ภาครัฐขาดมืออาชีพมาเป็นผู้นำองค์กร ซึ่งแนวโน้มคู่แข่งจะเข้มข้นมากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และกลุ่มหน่วยงานรัฐ และเอกชน จากผลงานวิจัยพบว่า

4.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

4.1.1 การปรับตัวและความร่วมมือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในแต่ละด้าน

การตลาด ควรร่วมกับองค์กรรัฐในการทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด ในกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย รวมทั้งในกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนั้นรัฐและองค์กรต่างๆ ควรช่วยกันในการควบคุมราคาของคุณภาพการบริการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และดูแลภาพลักษณ์ (ลดการตัดราคา) เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้มากขึ้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัด ควรอนุรักษ์วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของเชียงใหม่ไว้ให้ได้มากที่สุด มีการต่อยอดของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและความปลอดภัยมีการจัดอบรมและเปลี่ยนแปลงเพื่อสิ่งแปลกใหม่ เพื่อให้ได้มาตรฐาน นำไปสู่การพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

การลงทุน ควรมีลงทุนเชิงบวก เพื่อดึงการลงทุนจากต่างประเทศ โดยรัฐควรมีงบประมาณในการส่งเสริมการพัฒนาให้เป็นมาตรฐาน ซึ่งพบว่ายังมีความต้องการการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก สถาบันการเงินหรือรัฐ ควรมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีสภาพคล่องขึ้น โดยการหาแหล่งเงินทุนจากภาครัฐมาสนับสนุน

การประชาสัมพันธ์ มีการใช้สื่อโฆษณาที่สนับสนุนโดยรัฐบาลจะทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจัดทำสื่อที่เป็นหนึ่งเดียว สามารถหาข้อมูลโฆษณา ประชาสัมพันธ์จากจุดจุดเดียวได้อย่างสะดวก ทันสมัยมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวตามสื่อต่างๆ รวมไปถึงการเยี่ยมชมเยือนประเทศในกลุ่ม AEC มีการทำการตลาด มีเวทีเสนอการท่องเที่ยวสู่ตลาด AEC เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในกลุ่ม AEC ให้มากขึ้น

การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ควรมีการฝึกให้คนในท้องถิ่นสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้โดยถูกต้อง ปฏิบัติตนให้ดีไม่เอาเปรียบ ตรงไปตรงมา รวมไปถึงมีการสอบ/ตรวจสอบมาตรฐานบริษัทนำเที่ยวและการวัดมาตรฐานมัคคุเทศก์ในขณะเดียวกันรัฐต้องมีการสนับสนุนต่อผู้ได้รับการวัดมาตรฐานมีการออกแบบและกำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐานให้เป็นในทิศทางเดียวกันซึ่งผู้ประกอบการพร้อมให้ความร่วมมือ

4.1.2 การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยการจัดระเบียบและจดทะเบียนมัคคุเทศก์ พร้อมทั้งสนับสนุนงบประมาณอนุรักษ์และพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยแผนระยะยาว การอบรมทางด้านภาษา การอบรมและพัฒนาบุคลิกภาพ การออกไปประกาศรับรองบริษัทนำเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และให้ความรู้ความเข้าใจในการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.2 กลุ่มหน่วยงานรัฐและเอกชน

4.2.1 การปรับตัวและความร่วมมือในแต่ละด้าน

การตลาด ควรแสวงหากลุ่มตลาด เช่น การตลาดออนไลน์ การขยายตลาดท่องเที่ยวสู่กลุ่มอาเซียน การจัดโปรแกรมนำเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัด มีการร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งใหม่และเก่าและปรับให้บริการอยู่ในระดับสากล ที่สำคัญควรมีแพ็คเกจ นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มให้มากขึ้น

การลงทุน ภาคเอกชนมีการลงทุนมาก แต่ในส่วนของภาครัฐยังขาดโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ เช่น ไฟฟ้า ประปา และถนน อีกทั้งควรมีการลงทุนร่วมกันในเรื่องการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และการเพิ่มการลงทุนตรงตามความต้องการในด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มอาเซียน นอกจากนั้นภาครัฐควรสนับสนุนอย่างจริงจังเกี่ยวกับการลงทุนและการแสวงหาพันธมิตรร่วมทุนกับประเทศใกล้เคียงโดยเฉพาะ ลาว พม่า

การประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์สู่ระดับสากล โดยเพิ่มช่องทางการ

ประชาสัมพันธ์ให้หลากหลาย ทั้งในการประชาสัมพันธ์ผ่านตัวแทนจากสมาคมที่มีอยู่ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยที่สื่อโฆษณาต่างๆ ควรมีทั้งภาษาอังกฤษและจีน อีกทั้งควรการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มประเทศ ประชาคมเศรษฐกิจให้เพิ่มมากขึ้นด้วย

การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ควรมีการจัด Chiang Mai World Class Destination เพื่อรองรับตลาดอาเซียน ร่วมมือจัดอบรมบุคลากรเพื่อให้การบริการเป็นไปในแนวทางเดียวกันและมีมาตรฐาน รวมทั้งเข้าร่วมการประเมินมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีการจัดทำมาตรฐานที่มีการยอมรับ ที่สำคัญต้อง มุ่งมาตรฐานสากลโลกเป็นหลัก

4.2.2 การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว พัฒนาทุกๆ ระบบเพื่อสร้างมาตรฐานสู่ระดับสากล ควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสมาคมอาเซียนและการเตรียมความพร้อม ทั้งด้านภาษา การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวที่มีการสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ารับการฝึกอบรมเรียนภาษาที่ 3 (อาเซียน) ได้แก่ จีน เกาหลี พม่า อินโดนีเซียรองรับนโยบายจากส่วนกลางมาสนับสนุน ดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ปฏิบัติตามกฎหมาย มีการอบรมการตลาด และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ผู้ประกอบการจากภาคเหนือให้เสนอขายสินค้าในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นระยะ

อภิปรายผล

จากการศึกษาสรุปได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีความคิดเห็นตรงกันว่าด้านแรงงานของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีจุดแข็ง คือ การบริการนักท่องเที่ยวที่มีจิตบริการ และจุดอ่อนทางด้านภาษา เพราะบางภาษามีภาคเอกชนน้อยไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะภาษาที่ 3 ภาษาของกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่วนความพร้อมด้านการแข่งขันทั้ง 2 กลุ่ม คิดเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีผลิตภัณฑ์และเส้นทางใหม่ๆ มาจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ส่วนการประเมินสถานะและสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นตรงกันว่า จุดแข็ง คือ ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย จุดอ่อน คือ มีภาคเอกชนที่สามารถสื่อภาษาที่ 3 ภาษาของกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนน้อย สำหรับโอกาส คิดว่าที่ตั้งของจังหวัดเชียงใหม่เป็นยุทธศาสตร์ที่ดีได้เปรียบเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว ส่วนอุปสรรค คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวคิดเห็นว่า นโยบายของภาครัฐยังขาดความแน่นอน ส่วนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนคิดเห็นว่าความไม่มั่นคงทางการเมืองส่งผลต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว

สำหรับข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญห พบว่าทั้ง 2 กลุ่มคิดเห็นตรงกัน ในด้านการตลาด ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดในกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดคิดเห็นว่าควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและความปลอดภัยให้อยู่ในระดับสากล ด้านการลงทุน ภาครัฐควรเข้ามาช่วยสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้มากขึ้น ด้านการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ควรร่วมมือกันจัดอบรมบุคลากรให้การบริการมีมาตรฐาน

ตามกรอบมาตรฐานเดียวกันในกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2556) ด้านการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพและระบบฝึกอบรมมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ เป็นหนึ่งในตำแหน่งงานด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในกรอบการเจรจา สมาคมวิชาชีพมัคคุเทศก์จำเป็นต้องเร่ง พัฒนามัคคุเทศก์ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ เช่น การจัดตั้งสภาวิชาชีพมัคคุเทศก์ การสร้างมาตรฐานวิชาชีพ มัคคุเทศก์ในประเทศไทย การสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสถาบันฝึกอบรมในการพัฒนา คุณภาพของบัณฑิต และการพัฒนาทักษะทางด้านภาษา มัคคุเทศก์ไทยจำเป็นต้องเรียนรู้ภาษาที่ 3 นอกเหนือ จากภาษาไทยและอังกฤษ ต้องพัฒนาตนเองให้มีทักษะภาษาที่ 3 หรือ 4 เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับภาพรวมประเทศและสอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลง ไปการเรียนรู้ภาษาที่ 3 นั้นควรเลือกเรียนภาษาต่างประเทศใน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ ภาษามหาอำนาจ เก่า เช่น ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน กลุ่มที่ 2 คือ ภาษามหาอำนาจใหม่ เช่น จีน อินเดีย บราซิล โปรตุเกส รัสเซีย กลุ่มที่ 3 คือ ภาษาในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนั้นทางด้านความคิดเห็นของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (อ้างถึงใน Thailand Trade Machinery & Electronic Business Expansion for You 2555) สำหรับการ พัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรเริ่มจากวิเคราะห์จุดแข็งและเสริมจุดแข็งด้านต่างๆ อาทิ คุณภาพการให้บริการศักยภาพด้านบุคลากร เป็นต้น นอกจากการวิเคราะห์จุดแข็งแล้ว ยังมีจุดอ่อนที่ควรพยายามพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น อาทิ การทำ การประชาสัมพันธ์ หรือทักษะด้านภาษาของบุคลากร และการรวมกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและพัฒนาทักษะของ บุคลากรให้มีคุณภาพการให้บริการได้มาตรฐานสากล ทั้งนี้หากผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านเงินทุนและแรงงานควรมองหาโอกาสเข้าไปลงทุนในประเทศสมาชิก เพื่อขยายกิจการต่อไป

สรุป

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหา ในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านการโครงการตรวจประเมินมาตรฐานของสำนักทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2555 เพียง จำนวน 7 ราย และหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 6 ราย ในการทบทวนในครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลภายในจังหวัด และ เขตพื้นที่ภาคเหนือตอนทั้งหมด เพื่อนำไปสู่ การศึกษาที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเตรียมความพร้อมของ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาทาง ด้านสาขาอื่นเช่นทางด้านการโรงแรม ที่จะต้องเกี่ยวเนื่องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและโลกาภิวัตน์: แนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจไทย (2). กรุงเทพฯธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.bangkokbiznews.com>
- ครุฑพิท พุทธิโกษา. (2554). กรอบประเด็นการวิจัยของประเทศไทยให้พร้อมรับสถานการณ์การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- Thai – AEC.Com. (2555). ประชาคมอาเซียนหนึ่งเดียวกับปัญหาไม่ถ่วงน้ำหนักสำหรับประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2557, จาก <http://www.thai-aec.com>.
- Thailand Trade Machinery & Electronic Business Expansion for You. (2555). แนวทางการเตรียมความพร้อมรับการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2559, จาก <https://ttmemedia.wordpress.com>.