



การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรัง  
สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

A development approach for small and medium tour operators in Trang  
province for ASEAN Economic Community

สกต ทวีพัฒนะพงศ์

Sakon Taweepattanapong

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial of the Requirements for the Degree of  
Master of Business Administration in Tourism Management

2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เลขที่	G155.8.T5	สาขา	BA 2558
ชื่อ	420778		
วันที่	20 พ.ย. 2560		

ชื่อวิทยานิพนธ์                    การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าที่ยังขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด  
 ตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
 ผู้เขียน                                    นายสกต ทวีพัฒนะพงศ์  
 สาขาวิชา                                การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

.....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์จำ)

คณะกรรมการสอบ

.....  
 (ดร.ปกรณ์ ลิ้มโยธิน)

.....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์จำ)

.....  
 (ดร.พัฒน์จิ โกฎจนาท)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้  
 เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
 การท่องเที่ยว

.....  
 (รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณ  
บุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ..... *สุวิณี ฤกษ์จำ* .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิณี ฤกษ์จำ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ..... *สกล ทวีพัฒนาพงศ์* .....

(นายสกล ทวีพัฒนาพงศ์)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้ารับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ  
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ..... *สกล ทวีพัฒนพงษ์* .....

(นายสกล ทวีพัฒนพงษ์)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด ตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ผู้เขียน	นายสกล ทวีพัฒนะพงศ์
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2557

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง พบว่า แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนั้นจะต้องเกิดจากบูรณาการองค์ความรู้และแนวคิดในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อันประกอบไปด้วย มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน การจัดการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาของภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนพื้นฐานของตัวผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเอง และผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าด้วยกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรังจำนวน 15 ราย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวมาไม่น้อยกว่า 5 ปี (2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังทุกองค์กร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 5 องค์กร โดยผู้วิจัยเจาะจงเลือกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือตัวแทนที่มีบทบาทสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยทั้งสองกลุ่มนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และ (3) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 200 คน รวมเป็น 400 ตัวอย่าง ด้วยการเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3.89 และยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรังมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดตรังต่างก็มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังควรได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐาน

(6)

ธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาใน 4 ด้านคือ ด้านการบริหาร ด้านทักษะความรู้ ด้านจริยธรรม และด้านการมีส่วนร่วม โดยให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสู่การแข่งขันในอาเซียน

**คำสำคัญ :** ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

<b>Thesis Title</b>	A development approach for small and medium tour operators in Trang province for ASEAN Economic Community
<b>Author</b>	Mr.Sakon Taweepattanapong
<b>Major Program</b>	Tourism Management
<b>Academic Year</b>	2014

### ABSTRACT

The objective of this study was to propose a development approach for small and medium tour operators in Trang province for ASEAN Economic Community. The results of the literature review revealed that a development approach for tour operators should be retrieved from the standards of the tourism business in ASEAN, a tourism management approach, a development approach from the government and other stakeholders, integrating with background information of tour operators and the satisfaction levels of both local and foreign tourists.

The samples used in the study were: (1) fifteen tour operators in Trang who were purposively selected based on their at least five years of business experiences, (2) other stakeholders from five government and private agencies who directly involve with the tourism development in Trang, and (3) two hundreds Thai and two hundreds foreign tourists who visited Trang. The in-depth interview technique was used to collect data from tour operators and other stakeholders, and the questionnaires were distributed to collect data from tourists.

The findings of the study revealed that the overall satisfaction level of local and foreign tourists is high, 3.89. Foreign tourists reported higher satisfaction levels compared to Thai tourists at the .05 statistical significance. Additionally, the results of the in-depth interviews from tour operators and other stakeholders revealed that both groups agreed with the necessary of a development approach of tour operators according to the standards of tourism businesses. The appropriate development approach consists of (1) the management skill, (2) skills and knowledge, (3) ethics, and (4) participation. The government agencies should play a vital role to coordinate development activities in order to enhance the tour operators' performance to be ready for AEC.

**Keyword :** ASEAN Economic Community, Small and medium tour operators ,

A development approach for tour operators

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่อย่างดีเสมอมา จากอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์ขำ ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ได้สละเวลาให้ความรู้และคอยให้คำปรึกษาในทุกขั้นตอน เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้มีความสมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณนายกสมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ประธานชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดตรัง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์แผนและนโยบายสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ที่ปรึกษานายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวทุกท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้ จนกระทั่งทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับกำลังใจที่ยิ่งใหญ่จากครอบครัว ตลอดจนคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวทุกท่าน และเพื่อนๆพี่ๆ MBA-TM ที่ต่างคอยเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนที่เป็นประโยชน์การงานวิจัยด้วยดีเสมอมา และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์อันทรงเกียรติแห่งนี้ที่คอยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ผู้วิจัยได้รับโอกาสและประสบการณ์ที่ล้ำค่าในชีวิต และได้รับความภาคภูมิใจในความเป็นลูกพระบิดา

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวรวมทั้งหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไปจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต คุณความดีและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอบอบแด่บุพการี คณาจารย์ และผู้เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาข้างต้นทุกท่าน

สกล ทวีพัฒนพงษ์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABTRACT	(7)
กิตติกรรมประกาศ	(8)
สารบัญ	(9)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญรูปภาพ	(13)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
คำถามวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>10</b>
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	10
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว	15
ทฤษฎีวงล้อเดมมิ่ง	22
ความรู้เกี่ยวกับ AEC และมาตรฐานผู้ประกอบการท่องเที่ยวใน AEC	25
แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวปีพ.ศ.2555-2560	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
สภาพพื้นที่ที่ทำการศึกษา	56
กรอบแนวคิดการวิจัย	60
<b>บทที่ 3 วิธีการศึกษา</b>	<b>61</b>
แหล่งที่มาของข้อมูล	61
ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง	62
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	66

## สารบัญ (ต่อ)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	68
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	69
การวิเคราะห์ข้อมูล	70
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูล</b>	<b>73</b>
ผลจากการเก็บข้อมูล โดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม	73
ผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง	75
ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจูงนำเที่ยว	82
ผลจากการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	89
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>105</b>
สรุปผล	105
อภิปรายผล	127
ข้อเสนอแนะ	131
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>133</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>138</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม	139
ภาคผนวก ข การหาค่าความเชื่อมั่น	152
ภาคผนวก ค ประวัติผู้เขียน	170

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ธุรกิจนำเที่ยวที่ขอยกเลิกใบอนุญาต ระหว่าง 6 เมษายน 2551 ถึงปัจจุบัน	4
1.2	สถิติดักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง	5
1.3	สถิติดักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของจังหวัดตรังแยกตามประเทศ	6
2.1	สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน	29
2.2	มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว	39
2.3	แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการ	46
3.1	จำแนกกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว	63
3.2	จำแนกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	64
3.3	การเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว	66
4.1	จำแนกการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว	82
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	90
4.3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยภาพรวม	95
4.4	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	96
4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	97
4.6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในด้านราคา ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	99
4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่ และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ	100
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ	102

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.9	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	103
5.1	มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ	106
5.2	มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว	108
5.3	มาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ	110
5.4	เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ	113
5.5	เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว	119
5.6	เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ	125

## สารบัญรูปร่าง

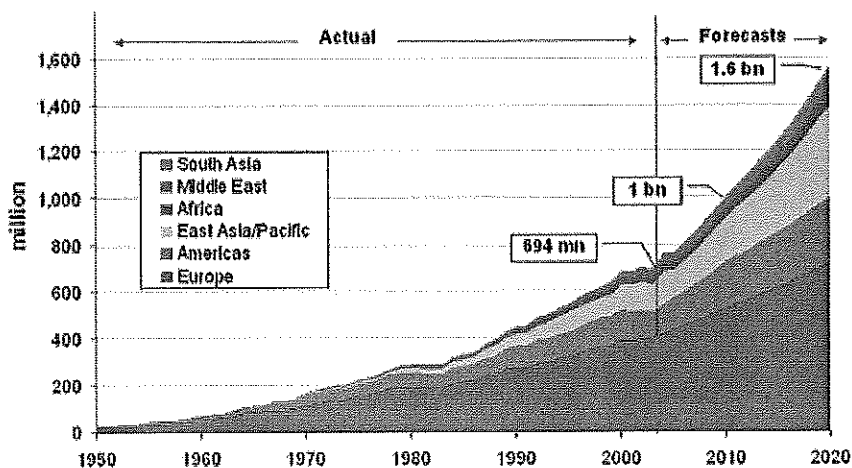
รูปร่างที่		หน้า
1.1	อัตราการผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลก	1
2.1	ตัวอย่าง โครงสร้างองค์กรและการบริหารของบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็ก	18
2.2	วงจรเดมมิ่ง(PDCA)	24
2.3	หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวในอาเซียน	28
2.4	แผนที่จังหวัดตรัง	56
2.5	ตราประจำจังหวัด	57
2.6	กรอบแนวคิดการวิจัย	60

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ได้คาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2020 จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 1,600 ล้านคน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2554) ดังแสดงในภาพที่ 1.1 โดยภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภูมิภาคแปซิฟิก และประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในแถบอาเซียนยังมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอีกมาก ประเทศสมาชิกอาเซียนหลายๆ ประเทศก็เริ่มต้นตัวและให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศแถบอาเซียนมากขึ้น และยังเป็นการรองรับการก้าวเข้าไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY : AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งการก้าวเข้าไปสู่การเป็น AEC อย่างเต็มรูปแบบนี้จะมีการเปิดเสรี ในหลายด้านรวมไปถึงเรื่องการท่องเที่ยวด้วย (กรมการท่องเที่ยว, 2555)



ภาพที่ 1.1 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลก

ที่มา : องค์การการท่องเที่ยวโลก (2556)

การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community : ASC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community : ASCC) ซึ่งในส่วนของภาคการท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ที่มีความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในกรอบอาเซียนและอาเซียน + 3 คือเกาหลี จีน และญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน คือ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านขนส่ง การขยายตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคงของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555)

ประเทศไทยในฐานะประเทศสมาชิกของอาเซียน และเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย มีทั้งเชิงธรรมชาติทะเล ภูเขา น้ำตก เชิง ศิลปวัฒนธรรมที่มีทั้งวัดวาอาราม พระราชวัง โบราณสถานต่างๆ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองวิถีชีวิต คนเมือง เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง สปา เป็นต้น ประกอบกับการบริการที่เป็นมิตร เอกลักษณ์ของคนไทยที่มีความอ่อนโยนทำให้ชาวต่างชาติประทับใจ โรงแรม รีสอร์ท ไทยหลายๆ แห่งก็มีชื่อเสียงระดับโลก ทั้งค่าครองชีพที่หากเทียบกับประเทศอื่นแล้วถือว่าไม่สูงมากนัก และยังมีระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างมีความพร้อม หากเทียบกับประเทศใกล้เคียง จึงทำให้ปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกว่า 1.16 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556)

จากการที่ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จึงต้องมีการเตรียมความพร้อม สร้างเครือข่าย แสวงหาคู่ค้าเพื่อร่วมทุน รวมทั้งศึกษาข้อมูลทางธุรกิจในประเทศที่สนใจไปลงทุน จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับภาคธุรกิจท่องเที่ยวไทยให้ก้าวสู่ฐานการผลิตที่กว้างใหญ่ขึ้น ซึ่งเมื่อการเปิดเสรีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเงินการธนาคาร มีความก้าวหน้ามากขึ้น จะช่วยสนับสนุนต่อการก้าวเข้าไปลงทุนในอาเซียนได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกัน การเปิดเสรีการลงทุนเพิ่มขึ้นก็เป็นการหนุนอีกด้านที่จะเร่งให้เกิดการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศอาเซียน โดยเฉพาะจากประเทศที่มีความเข้มแข็งทั้งแหล่งทุน การบริหารจัดการ และการสร้างเครือข่าย ที่จะขยายการลงทุนเข้ามายังประเทศไทยทั้งในธุรกิจ โรงแรมและบริษัทนำเที่ยว เพราะปัจจุบัน แม้ประเทศไทย จะยังไม่บรรลุถึงข้อผูกพันการเพิ่มระดับสัดส่วนการลงทุน แต่นักลงทุนจากอาเซียนหลายกลุ่มก็สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยด้วยแรงจูงใจจากผลตอบแทนทางการลงทุน ยิ่งโอกาสของขนาดตลาดนักท่องเที่ยวของไทยจะขยายใหญ่ขึ้น จากผลของการเข้าสู่ AEC เมื่อผนวกการเปิดเสรีการลงทุนเพิ่มก็จะเป็นตัวเร่งการเข้ามาของนักลงทุนอาเซียน เช่นเดียวกับนักลงทุนจากนอก

ภูมิภาคที่โอกาสจากการขยายขนาดตลาดท่องเที่ยวที่ใหญ่ขึ้น ก็จะเป็นแรงดึงดูดให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในทุกระดับเช่นกัน (จัวร์ตัน คงตระกูล, 2556)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว. 2555) ได้ศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า จุดแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย คือ การมีทักษะในด้านงานศิลป์ มีจิตใจการให้บริการ และหากสามารถนำภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ในสินค้าและบริการได้จะเสริมให้สินค้าไทยมีความโดดเด่นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจไทยที่ผ่านมามักเผชิญกับปัญหาอุปสรรคในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ต่ำ ส่งผลให้การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้น้อย ขาดการวิจัยและพัฒนา นอกจากนี้ วิสาหกิจโดยเฉพาะกลุ่มขนาดย่อมและรายย่อยยังขาดการสื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ การบันทึกบัญชีที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารและการผลิตมีน้อย และข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ

ประเด็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่สำคัญของ ASEAN SMEs ประการแรกคือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Access to Finance) ยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่สุด ในทุกประเทศสมาชิกของ ASEAN SMEs มาช้านาน เนื่องจากวิสาหกิจส่วนใหญ่มีทรัพยากรและเงินทุนหมุนเวียนจำกัด ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เพียงพอ และมักถูกสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อมองว่ามีความเสี่ยงสูง ประการที่สองคือ ความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovative Capability) ASEAN SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียนเกือบทั้งหมด (ยกเว้นสิงคโปร์) ยังด้อยสมรรถนะในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังจะเห็นได้จากความสามารถในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ ส่วนหนึ่งของปัญหาเชื่อมโยงมาจากการขาดแคลนเงินทุนดังที่กล่าวมาแล้ว ประการที่สามคือ ทักษะแรงงาน (Labor Skills) เนื่องจากวิสาหกิจเหล่านี้ยังคงขาดแคลนแรงงานทักษะขั้นสูงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลิตภาพแรงงานโดยเฉลี่ย (Average Labor Productivity) ยังอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การใช้ภาษาต่างประเทศ และทักษะทางวิชาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจอย่างแท้จริง และประการสุดท้ายคือ การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ (Internationalization) วิสาหกิจจำนวนมากยังต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนโยบายที่ไม่เอื้ออำนวย ทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังขาด การแสวงหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Partners) ยังคงดำเนินการ ได้อย่างจำกัด รวมถึงยังมีปัญหาด้านการดำเนินงานให้ได้มาตรฐาน และการขอใบรับรองคุณภาพที่เกี่ยวข้องตามกฎระเบียบหรือข้อกำหนดระหว่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)



ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ รวมถึงผู้ประกอบการกิจการนำเที่ยวจังหวัดตั้งเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) โดยในภาคการบริการวิสาหกิจขนาดกลางมีมูลค่าสินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท และขนาดย่อมมีมูลค่าสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 คน และในวิสาหกิจขนาดย่อมไม่เกิน 50 คน ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหมดในจังหวัดตั้งล้วนแต่เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมเกือบทั้งหมดคิดเป็น 90% ของจำนวนผู้ประกอบการ (สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดตั้ง, 2557) ซึ่งเมื่อเข้าสู่การเป็น AEC แล้วอาจประสบปัญหาไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากประเทศอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มว่าจะเข้ามาลงทุนในไทยสูง ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงควรสร้างความร่วมมือระหว่างกัน อาจร่วมมือกัน โดยสร้างพันธมิตรทางการค้า หรือรวมกัน โดยควรวรรวมกิจการกัน เพื่อลดการแข่งขันกันเองและเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น แม้การเข้าสู่การเป็น AEC อาจมีผลทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับภาวะที่มีการแข่งขันสูง แต่หากภาครัฐและเอกชนไทยพัฒนาจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งให้ยิ่งขึ้น ก็จะกลายเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโต สร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่าเดิม (กรมการท่องเที่ยวและวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554)

ตารางที่ 1.1 ธุรกิจนำเที่ยวที่ขอยกเลิกใบอนุญาต ระหว่างวันที่ 6 เมษายน 2551 – 2558

พ.ศ.	Outbound (จำนวนราย)	ในประเทศ (จำนวนราย)	เฉพาะพื้นที่ (จำนวนราย)	Inbound (จำนวนราย)	รวม (จำนวนราย)
2551 - 2558	2,126	899	1,884	751	5,660

ที่มา : ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลาง (2558)

ซึ่งจากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าจำนวนธุรกิจนำเที่ยวที่ขอยกเลิกใบอนุญาตตั้งแต่ปีพ.ศ. 2551 ถึงปัจจุบันมีการยกเลิกใบอนุญาตในทุกประเภททั้งประเภท Outbound ในประเทศ เฉพาะพื้นที่ และประเภท Inbound และมีจำนวนมากถึง 5,660 ราย อันเกิดจากอุปสรรคด้านการแข่งขันในปัจจุบัน ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ขาดศักยภาพไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน เงินทุน หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

จังหวัดตั้งเป็นจังหวัดทางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย ด้วยมีสภาพภูมิศาสตร์ตั้งอยู่ริมทะเลอันดามัน มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทางบกและทางทะเล มีหมู่เกาะน้อยใหญ่มากมาย และยังมีวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์อันยาวนาน ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองทางอารยธรรมของเมืองครั้งที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของภาคใต้ ทำให้จังหวัดตั้งเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม น่าหลงใหล เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ให้ความสนใจ และต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมาก ทางด้านผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดตรังจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านต่างๆ เพื่อให้มีความทัดเทียมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งในด้านมาตรฐานการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านภาษา และการสื่อสาร การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถตลอดจนการให้การศึกษา การพัฒนาการแข่งขัน และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถพัฒนาตนเองเพื่อก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคนี้ ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้จากตารางสถิตินักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามตารางที่ 1.2 จนทำให้จังหวัดตรังมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากถึง 6,679 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวทั้งจากยุโรปและเอเชียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ตารางที่ 1.2 สถิตินักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

ปีพ.ศ.	ไทย (คน)	ต่างชาติ (คน)	รวม (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
ปี 2554	919,253	88,464	1,007,717	4,926.65
ปี 2555	1,002,747	135,214	1,137,961	6,230.63
ปี 2556	1,115,641	166,022	1,281,663	6,679.38
ปี 2557 (ไตรมาส 1-2)	683,254	87,846	771,100	4,181.13

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตรัง (2556) ได้กล่าวว่าจากการที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตรัง (ททท.ตรัง) ตั้งเป้าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 15% และมุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิม จากปี 2555 จังหวัดตรังมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศรวมประมาณ 1.15 ล้านคน และก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 6 พันล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า 70% แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะตลาดมาเลเซีย สิงคโปร์ จีน และยุโรป กลุ่มสแกนดิเนเวีย ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมมากที่สุดก็คือ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวตรัง ตลอดจนสามารถที่จะเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

มุ่งหวังที่จะให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 15 % และรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึง 8 พันล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง, 2556)

ตารางที่ 1.3 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของจังหวัดตรังแยกตามประเทศ

ปี พ.ศ.	สวีเดน (คน)	เยอรมัน (คน)	มาเลเซีย (คน)	ฝรั่งเศส (คน)	อังกฤษ (คน)	สวิสฯ (คน)	ญี่ปุ่น (คน)	สิงคโปร์ (คน)	จีน (คน)
2554	15,785	12,117	3,551	5,176	4,582	3,454	2,011	1,108	918
2555	26,338	14,375	12,341	6,854	5,632	5,471	4,475	3,283	3,071
2556	23,024	17,337	16,693	9,158	6,106	6,587	5,244	5,199	3,234

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556)

จากตารางที่ 1.2 และตารางที่ 1.3 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดตรังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างรายได้และเม็ดเงินเข้าสู่ภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังกว่า 6,600 ล้านบาทและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ถึงแม้ในปี 2556 ที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรังที่วางไว้ อันเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ แต่ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ถึง 143,702 คนและมีรายได้เพิ่มขึ้นเกือบ 500 ล้านบาท ตามตารางที่ 1.2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถึงแม้จะปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมเกิดขึ้นจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังก็ไม่มีผลกระทบมากนัก ทั้งยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหากมีสถานะที่เอื้อต่อการกระตุ้นให้เกิด การท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรังผู้ประกอบการธุรกิจอาเซียน ที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ บนพื้นฐานการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยจะสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรัง ก่อให้เกิดความสมดุลและความยั่งยืน รวมทั้งสอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความพึงพอใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อพัฒนากรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน
- 1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการที่ได้รับ
- 1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัด  
ตรงกับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน
- 1.2.4 เพื่อนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากการเปรียบเทียบการดำเนินงานในปัจจุบันและความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของ  
จังหวัดตรงในด้านต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปิด AEC ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดตรงให้มีความพร้อม  
ต่อการแข่งขันในยุคปัจจุบันและเป็นการเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี  
พ.ศ.2558
- 1.3.2 สามารถนำแนวทางการพัฒนาที่ได้ไปปรับใช้ในสาขาอาชีพอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการ  
เปิดเสรีอาเซียน

## 1.4 คำถามวิจัย

- 1.4.1 กรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนควรเป็นอย่างไร
- 1.4.2 การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรงในปัจจุบัน มีความเหมือนหรือ  
แตกต่างอย่างไรกับกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน
- 1.4.3. แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรงสู่  
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงควรเป็นอย่างไร

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดตรง อาทิ  
บริษัทนำเที่ยว โรงแรมที่พัก มัคคุเทศก์ สมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรง องค์การปกครองส่วน  
ท้องถิ่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรง เป็นต้น

### 1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ จังหวัดตรง

### 1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง ได้แก่ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง สมาคมด้านการท่องเที่ยว และตัวแทนองค์กรภาครัฐเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ธุรกิจที่พัก

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง

### 1.5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยแบ่งตามลักษณะการดำเนินงานออกเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวของจังหวัดตรัง ซึ่งมีการศึกษาการดำเนินงานในปัจจุบัน สถานะการแข่งขัน การพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับการเติบโตและการเปิดเสรีในอาเซียน อุปสรรคปัญหาในการพัฒนาให้เป็นที่ไปตามกรอบมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน และยังมีการศึกษาจากนักท่องเที่ยวออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยแบ่งนักท่องเที่ยวตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรัง ได้แก่ ความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

### 1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการศึกษาดังแต่เดือน ธันวาคม 2557 – กรกฎาคม 2558

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economics Community : AEC) คือการรวมตัวของชาติใน ASEAN เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน จะทำให้มีผลประโยชน์ อำนาจต่อรองต่างๆ กับคู่ค้า ได้มากขึ้น และการนำเข้า ส่งออกของชาติในอาเซียนที่มีความเสรี

1.6.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดนำเที่ยวท่องเที่ยว เป็นองค์กรขนาดเล็กมีความอิสระในธุรกิจ มีเอกชนเป็นเจ้าของและดำเนินการโดยเจ้าของ

1.6.3 การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง กระบวนการเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวผู้พัฒนาเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆที่ดีขึ้นเพื่อนำไปสู่จุดหมายหรือความสำเร็จที่ตั้งเป้าหมายไว้

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษให้มีขีดความสามารถในแข่งขันระดับประเทศ และปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการ ตลอดจนถึงการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
- 2.3 ทฤษฎีวงล้อเคมี
- 2.4 ความรู้เกี่ยวกับ AEC และมาตรฐานผู้ประกอบการท่องเที่ยวใน AEC
- 2.5 แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 สภาพพื้นที่ที่ทำการศึกษา
- 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### ความหมายของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ศึกษาความหมายการท่องเที่ยวจากการนิยามขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปีพ.ศ. 2506 ระบุว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่ตรงตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

ประการแรก การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่สอง การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่สาม เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้

**นิคม จารุมณี (2536 : 1)** ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

**นิตา ชัชกุล (2550 : 2)** ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อยคือการเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

**Weaver และ David (2000 : 2)** ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ การท่องเที่ยว คือความประทับใจและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากกลุ่มนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาล มหาวิทยาลัย วิทยาลัยชุมชน และองค์กรเอกชน กระบวนการสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว การขนส่ง การเป็นเจ้าบ้าน และการจัดการ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น

**ธนกุลต สังข์เคย (2550)** กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างเพราะมิได้หมายความแต่การเดินทางเพียงอย่างเดียวหรือมุมมองเฉพาะในส่วนของผู้เดินทางเท่านั้นหากพิจารณาจากกระบวนการของการท่องเที่ยวจะพบว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หากจะอธิบายความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวให้ครอบคลุม อาจต้องพิจารณา 4 ประเด็น ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ โดยที่วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไปเยือน
2. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว
3. หน่วยงานภาครัฐบาล หมายถึง องค์กรของรัฐบาลที่มีหน้าที่ดูแลกำกับกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐบาลได้วางไว้ เนื่องจากรัฐบาลในหลายประเทศมักให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จัดสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว
4. ประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง ประชาชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวในการต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแล้ว ยังมี โอกาสเข้ามาประกอบอาชีพเป็นบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย จากความหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานการให้บริการและการอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบคมนาคม การเข้าออกประเทศ การรักษาความปลอดภัย รวมทั้งการบริการของภาคธุรกิจเอกชนที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม บริษัท



นำเที่ยว ร้านอาหาร การขนส่ง สินค้าที่ระลึก เป็นต้น และประการสุดท้าย คือ การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังอีกสถานที่หนึ่งของบุคคลที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราว การท่องเที่ยวเกิดจากกระบวนการจัดการต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของบุคคลและคณะบุคคล

### ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำ 2 คำ รวมกันคือคำว่า อุตสาหกรรม กับคำว่า การท่องเที่ยว อุตสาหกรรม (Industry) ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายว่า เป็นการกระทำสิ่งของเพื่อให้เกิดประโยชน์เป็นกำไร เป็นการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องใช้แรงงานและทุนมาก

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความสนุกสนาน การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ บันเทิงใจ แต่มีใจเพื่อประกอบอาชีพเมื่อนำคำทั้งสองกันมารวมกัน จะได้ คำว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายไว้มาก ดังเช่นพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีคำตอบหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ปรับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักจูง หรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2522 )

กล่าวโดยสรุป คือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งทางด้านการท่องเที่ยวที่สามารถก่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว อันได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการขนส่ง ธุรกิจสินค้า ที่ระลึก เป็นต้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะผลิตสินค้าและบริการผสมผสานกัน แต่ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การผลิตการบริการที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ แต่จะปรากฏให้เห็นในลักษณะของคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ เช่น ความประทับใจ ความสนุกสนาน ความพึงพอใจ หรือแม้กระทั่งประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

### ระบบการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งทำให้ต้องอาศัยกระบวนการต่างๆ ที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อให้การเดินทางเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของระบบทางการท่องเที่ยวและมีองค์ประกอบต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว Jennings (1955 : 4) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่าเป็นสหวิทยาการเนื่องด้วยการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับศาสตร์หลากหลายแขนงเช่น เศรษฐศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคมศาสตร์ สังคมวิทยา การตลาด ประวัติศาสตร์ และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 7 -10) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้านคือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อยมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญในประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม

2. บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่ขึ้นกับคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมซึ่งไม่สามารถแยกตัวออกจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่นๆ กระบวนการท่องเที่ยวได้พัฒนาจนเกิดเป็นสาขาที่สำคัญสาขาหนึ่งในระบบเศรษฐกิจที่มีผู้ซื้อและผู้ขายจนขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ที่ก่อให้เกิดรายได้ที่สำคัญของประเทศ

### คุณลักษณะสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Weaver และ David (2002 : 206-209) ได้อธิบายลักษณะของสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างไปจากสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ด้วยคุณลักษณะพิเศษ 4 ประการ คือ เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) สินค้ามีความหลากหลาย (Variability) สินค้าไม่สามารถแยกส่วนได้ (Inseparability) และเป็นสินค้าสูญญเปล่า (Perishability) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) หมายถึง สินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถมองเห็นได้ สัมผัสไม่ได้ ไม่สามารถรับรู้รสชาติ ความรู้สึก สัมผัสหรือได้ยิน ก่อนการตัดสินใจซื้อและบริโภค ผู้บริโภคสินค้า (นักท่องเที่ยว) ตัดสินใจซื้อสินค้าการท่องเที่ยวจากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ขายสินค้า (บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว) เช่น ราคา รูปภาพ ข้อมูลการให้บริการ จากคนที่รู้จัก จนเกิดความมั่นใจเลือกซื้อสินค้านั้นในอดีตที่ผ่านมาการลดความเสี่ยงของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ประกอบการมักจะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เช่น การจัดทำเอกสารที่น่าเชื่อถือ การตกแต่งบริษัทให้สวยงามเป็นมืออาชีพ และเตรียมรูปภาพที่นำเสนอให้กับลูกค้า ปัจจุบันมีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้าเพื่อลดช่องว่างในเรื่องนี้มากขึ้น

2. สินค้ามีความแตกต่าง (Variability) การบริการการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในที่นี้หมายถึงผู้ผลิตแต่ละคน ผู้บริโภคแต่ละคนมีประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งจะมีอิทธิพลที่ไม่สามารถคาดเดาได้ทั้งนี้เพราะเป็นปัจจัยเรื่องคนรวมถึงอารมณ์ ความคาดหวัง ระดับความพึงพอใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยว

3. สินค้าไม่สามารถแยกส่วนได้ (Inseparability) การบริการการท่องเที่ยวมีลักษณะที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ หมายถึงสินค้าและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ผู้โดยสารที่โดยสารเครื่องบิน สายการบินเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นในขณะที่ผู้โดยสารเป็นผู้บริโภคสินค้านั้น

4. สินค้าสูญเปล่า (Perishability) หมายถึงสินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่เกิดขึ้นตลอดเวลาถึงแม้ไม่มีผู้ซื้อสินค้า เช่น สายการบินสามารถผู้โดยสารได้ 400 ที่นั่งในการเดินทางในขณะนั้นหากมีที่นั่งว่าง 100 ที่นั่ง สายการบินก็ไม่ชดเชยในการบินครั้งต่อไปเป็น 500 ที่นั่งได้ดังนั้นการจัดการอุปสงค์และอุปทานอย่างเหมาะสมจึงทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

สินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าและบริการของธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ในการเลือกซื้อต้องอาศัยความน่าเชื่อถือและสื่อต่างๆเป็นหลักในการตัดสินใจ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับรสนิยมหรือความชอบส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการที่มีความแตกต่างกันไป โดยที่สินค้าและบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแยกส่วนได้ ทั้งยังเป็นสินค้าและบริการที่สูญเปล่า ไม่สามารถเรียกคืนได้อีกด้วย ทำให้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะที่โดดเด่น สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคได้ โดยอาศัยทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ เป็นตัวรองรับ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business) หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2551)

### ลักษณะของธุรกิจท่องเที่ยว

1. บริษัทนำเที่ยวที่บริการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ (Inbound Tour)
2. บริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ (Outbound Tour)
3. บริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour)
4. บริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและใกล้เคียง (Local Tour)

### ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้แบ่งประเภทธุรกิจนำเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท

1. ตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel Agent) เป็นบุคคลหรือบริษัทที่มีความสามารถจัดการนำเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร การรับ-ส่งทั้งขาไปและขากลับ ไปยังสถานที่ต่างๆ และงานอื่นๆของการเดินทางซึ่งเป็นการบริการให้แก่สาธารณชน เช่น บริษัท นำเที่ยว จำกัด มีความชำนาญเบ็ดเสร็จทุกอย่าง สามารถดำเนินการเองได้

2. บริษัทจัดนำเที่ยว (Tour Operator) เป็นบริษัทที่มีความชำนาญในการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาด ทางด้านการจัดการเดินทางไปพักผ่อน แบบ Inclusive Tour โดยเก็บเงินล่วงหน้าแล้วมอบให้ Travel Agent เป็นผู้ขาย แต่บางครั้งก็ลงมือขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น บริษัทหรือกลุ่มคนในพื้นที่ที่มีอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำน้ำ และเรือพร้อมในจังหวัดพังงา นำเที่ยวดำน้ำดูปะการังที่หมู่เกาะสิมิลัน – หมู่เกาะสุรินทร์ ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวจำกัด เป็นผู้ขายบัตรเพราะมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวแพร่หลายอยู่แล้ว ส่วนตนก็เป็นผู้จัดรายการรับทัวร์ชุดนี้ต่ออยู่ที่พังงา

3. บริษัทจัดนำเที่ยวแบบขายส่ง (Wholesaler) เป็นบริษัทที่มีความชำนาญงานในงานเดินทาง คิดและเสนอโปรแกรมที่ จัดไว้แบบเหมาหรือจัดขึ้นตามแต่จะรับคำสั่งมาจากลูกค้าแล้วมอบให้ Travel Agent รับผิดชอบไปขายต่อ Wholesaler ต่างกับ Tour Operator คือ Wholesaler มักไม่เสนอรายการเดินทางต่อบริษัทนำเที่ยวบ่อยๆ แต่ Tour Operator จะเสนอขายให้แก่ Retailer ด้วย เช่น เป็นบริษัทหรือกลุ่มคนที่ชอบการผจญภัยบุกเบิก เป็นต้น

### ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจอาหารและการพักผ่อน ธุรกิจการจัดนำเที่ยว

#### 1. ธุรกิจการขนส่ง (Transportation)

ธุรกิจการขนส่งประกอบด้วย ธุรกิจเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการคมนาคมทั้ง 3 ทาง คือ

1.1 ทางบก พาหนะหลักในการขนส่งนักท่องเที่ยวสู่จุดหมายปลายทาง ได้แก่ รถยนต์ และรถไฟ ธุรกิจเกี่ยวข้องของการขนส่งทางบกนี้ ได้แก่ บริการพาหนะในท้องถิ่น เช่น รถสามล้อ รถม้า เกวียน รถลาก รถโดยสารประจำทาง และรถบริการนำเที่ยว

1.2 ทางเรือ พาหนะหลัก ได้แก่ เรือเดินสมุทร และเรือกลไฟ ธุรกิจเกี่ยวข้อง ได้แก่ เรือใบ เรือลากจูง เรือแจว เรือพาย เรือหางยาว แพ

1.3 ทางอากาศ พาหนะหลัก ได้แก่ อากาศยาน หรือเครื่องบิน นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการขนส่ง ได้แก่ อุตสาหกรรมประกอบรถโดยสาร ต่อเรือ ผลิตเครื่องบิน ผลิตอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในรถยนต์ เรือ และเครื่องบิน เช่น เบาะ เก้าอี้ ผ้าคลุมเบาะ เครื่องสุขภัณฑ์

#### 2. ธุรกิจอาหารและที่พักแรม

ธุรกิจอาหารและการพักผ่อนประกอบด้วย ร้านอาหารหรือภัตตาคาร และที่พักแรม ซึ่งมีหลายรูปแบบและหลายระดับ เช่น ธุรกิจอาหารมีตั้งแต่ รถเข็นอาหาร หาบเร่ แผงลอย ร้านอาหาร ภัตตาคาร สวนอาหาร และศูนย์อาหาร ธุรกิจที่พักแรมมีตั้งแต่ โรงแรม บังกะโล โมเต็ล เกสต์เฮาส์ หอพัก แคมป์ รีสอร์ท และเรือนแพ เป็นต้น

#### 3. ธุรกิจการนำเที่ยว

ธุรกิจการนำเที่ยวประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว (Travel Agency) และแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination)

บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) ทำหน้าที่จัดรายการนำเที่ยว และบริการนำเที่ยว การจัดรายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวจำแนกเป็น

1. จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ส่งให้ตัวแทน ไปจำหน่าย
2. จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่างๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กร สถาบันวิชาชีพต่างๆ และกลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง

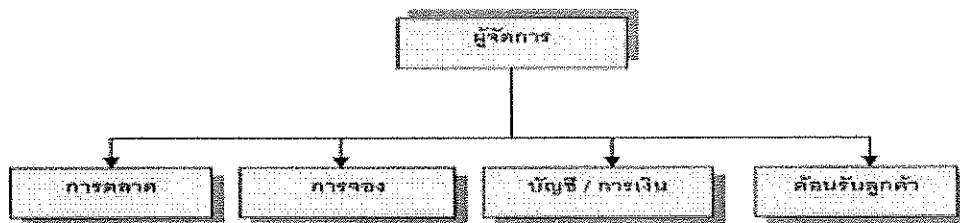
การบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวตามประเภทของรายการท่องเที่ยว นำโดยมัคคุเทศก์ (Guide หรือ Tour Guide) ซึ่งอาจเป็นมัคคุเทศก์ประจำบริษัท หรือมัคคุเทศก์อิสระ (Freelance Guide) นอกจากนี้บริษัทนำเที่ยวยังให้บริการวางแผนการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แก่องค์กรต่างๆ อีกด้วย นอกเหนือจากการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour)

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) ทำหน้าที่จำหน่ายรายการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดขึ้น เป็นตัวแทนจำหน่ายตัวโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองที่พัก แรมตลอดจนกิจกรรมบันเทิงต่างๆ บริการจัดเอกสารการเดินทาง บริการต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยว บริการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวบางแห่งอาจเป็นทั้ง Tour Operator และ Travel Agency แต่บางแห่งก็เป็นเพียง Tour Operator หรือ Travel Agency อย่างใดอย่างหนึ่ง

### คุณสมบัติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ดี

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวไว้ดังนี้ คือ

1. รักการท่องเที่ยวเป็นชีวิตจิตใจ ผู้ประกอบการควรชอบเดินทางไปตามสถานที่ต่างๆ เพื่อชมทัศนียภาพตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เช่น ป่าไม้ น้ำตก ทะเล เกาะ เป็นต้น
2. มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจนำเที่ยว และติดตามความเคลื่อนไหวของธุรกิจนี้อยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยว มีข้อมูลการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งซื้อขายของที่ระลึก ฯลฯ รวมทั้งผู้ประกอบการควรจะได้ติดตามข่าวสารข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทางหน่วยงานรัฐบาล และภาคเอกชนได้จัดทำไว้
3. มีความรู้ ความเข้าใจทางด้านวัฒนธรรมและภาษา ผู้ประกอบการต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณีของแต่ละท้องถิ่น และผู้ประกอบการควรสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เป็นนักวางแผนที่ดี ผู้ประกอบการจะต้องวางแผนการจ้ดนำ เที่ยว โดยจัดเตรียมศึกษาเส้นทางที่จะไป ที่พัก ร้านอาหารที่จะแวะรับประทาน ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงการจัดเตรียมพนักงาน ว่างคอยแนะนำ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
5. มีใจรักการให้บริการ เนื่องจากการนำเที่ยวนี้เป็นธุรกิจประเภทบริการ ผู้ประกอบการจึงควรมีใจรักในการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ เป็นกันเอง และสร้างสัมพันธภาพที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และแวะเวียนกลับมาใช้บริการอีก



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่าง โครงสร้างและการบริหารงานของบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็ก  
ที่มา : ดัดแปลงจาก บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548)

จากภาพที่ 2.1 โครงสร้างธุรกิจนำเที่ยวขนาดเล็ก มีการแบ่งสายงานการดำเนินงานตามหน้าที่รับผิดชอบ แบ่งออกเป็น 4 ฝ่ายด้วยกัน คือ ประกอบไปด้วย

1. ฝ่ายการตลาด (Marketing) ทำหน้าที่วางแผนการจัดนำเที่ยว ควบคุมดูแลการนำเที่ยวและเป็นผู้กำหนดแพ็คเกจต่างๆ ตลอดจนส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า
2. ฝ่ายการจอง (Reservation) ทำหน้าที่ประสานงานไปยังสถานที่พัก โรงแรม ร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อกำหนดการจองให้กับลูกค้า
3. ฝ่ายบัญชี /การเงิน (Accounting) ทำหน้าที่ควบคุมระบบบัญชี รายรับ-รายจ่าย และระบบการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
4. ฝ่ายต้อนรับลูกค้า (Reception) ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า และให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดทัวร์ของบริษัท

โดยส่วนใหญ่แล้ว โครงสร้างการบริหารของธุรกิจนำเที่ยวขนาดเล็กมักไม่มีความซับซ้อน ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการ คอยดูแลควบคุมการบริหารทั้งหมด และบางแห่งจะทำให้กันในลักษณะธุรกิจครอบครัว โดยไม่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ทั้งนี้การแบ่งสายการดำเนินงานก็ขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กรที่มีความแตกต่างกัน แนวคิดของผู้ประกอบการรวมถึงลักษณะการดำเนินขององค์กรนั้นๆด้วย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยน โครงสร้างการบริหารต่างๆ ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตน

จาก โครงสร้างการบริหารงานของบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็กดังกล่าว สามารถนำมาปรับใช้ให้มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดรั้งที่มีขนาดเล็กเช่นกัน เพื่อเกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ มีการแบ่งสายการทำงาน มีหน้ารับผิดชอบที่ชัดเจนทำให้มีระเบียบแบบแผนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สามารถดัดแปลงให้เหมาะสมกับบริษัทต่างๆที่มีการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกัน

### ทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อ AEC

กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่า ผู้ประกอบการมองว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีการพัฒนาดีขึ้น คือ สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภค และการพัฒนา/อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว (6.42) เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและจีน ผู้ประกอบการมีความเห็นว่า ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งในเรื่องความเป็นมิตรของประชาชน และความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว ในขณะที่เวียดนามเป็นอันดับหนึ่งในด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว กัมพูชาเป็นอันดับหนึ่งในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิงคโปร์เป็นอันดับหนึ่งในด้านแหล่งซื้อสินค้า การบริการ การคมนาคมขนส่ง โรงแรมที่พัก การสื่อสาร และความปลอดภัยในทุกด้าน สำหรับสิ่งที่ผู้ประกอบการมองว่าประเทศไทยยังขาดการพัฒนามากที่สุด และต้องการให้รัฐบาลดำเนินการ อย่างเร่งด่วน คือ การพัฒนาบริการและแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย ทัศนคติต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผู้ประกอบการมองว่าการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จะก่อให้เกิดผลกระทบด้านบวกต่อธุรกิจมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ผลกระทบด้านลบที่จะเกิดต่อธุรกิจเป็นเรื่องการแข่งขันที่สูงขึ้น คู่แข่งมากขึ้น และธุรกิจมีรายได้ / กำไรลดลง สำหรับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ ก่อให้เกิดผลกระทบด้าน บวกในด้านการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ด้านการท่องเที่ยว แรงงานในอุตสาหกรรม และส่งผลให้ ประเทศมีการพัฒนามากขึ้น ในส่วนของผลกระทบด้านลบ คือ เกิดการแข่งขันสูงขึ้น

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.7) มองว่าเป็นโอกาสสำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ด้านการท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวที่เสรีมากขึ้นโดยไม่ต้องมี VISA อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ คู่แข่งที่มากขึ้น และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวรวมถึงองค์กรธุรกิจของไทยยังไม่มีความพร้อมในด้าน การแข่งขัน โอกาสของการท่องเที่ยวไทยจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การเข้ามาลงทุนด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย การออกไปลงทุนในประเทศอาเซียน ระบบการขนส่ง และการเข้ามาทำงานของแรงงานในอาเซียน สำหรับสิ่งที่เป็อุปสรรคของการท่องเที่ยวไทย คือ ภาษาในการสื่อสาร (กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ,2555)



จากทัศนคติดังกล่าวสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนว่าเป็นด้านบวก เป็นโอกาสที่จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวจำนวนมาก มหาศาลเนื่องจากมองว่าประเทศไทยมีความเป็นเลิศด้านสินค้าและบริการ แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวยังมีความวิตกกังวลในประเด็นการสื่อสารและการพัฒนาบริการท่องเที่ยวที่ยังเป็นอุปสรรคอยู่ จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถนำประเด็นอุปสรรคดังกล่าวมาเพื่อกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดตรงได้เช่นเดียวกัน

### กลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

**พัฒนาศักดิ์ ฮุนตระกูล (2555)** ได้กล่าวว่า นอกจากการวางแผนดำเนินธุรกิจในขั้นพื้นฐานแล้ว ผู้ประกอบการเอสเอ็มอียังควรพัฒนากลยุทธ์การตลาด ทั้งในเชิงรับและเชิงรุก เพื่อเสริมศักยภาพของธุรกิจให้แข็งแกร่ง ท่ามกลางภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอันประกอบด้วยกลยุทธ์เชิงรับ และกลยุทธ์เชิงรุก

#### กลยุทธ์เชิงรับ

1. การรักษาคุณภาพและระดับมาตรฐานในการให้บริการของธุรกิจให้สม่ำเสมอเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต รวมทั้งเกิดการบอกต่อ ซึ่งเป็นอีกช่องทางการตลาดที่ทรงประสิทธิภาพสูง
2. รักษาตลาดลูกค้าเดิม ภายหลังจากการเปิดเสรี AEC คาดว่า การแข่งขันของธุรกิจจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น การรักษาลูกค้าเดิมไว้ นับเป็นสิ่งสำคัญในยุคปัจจุบัน เนื่องจากโอกาสที่ลูกค้าเก่าจะเพิ่มยอดซื้อในสินค้า/บริการ ย่อมดีกว่าการที่จะเสียต้นทุนในการค้นหาลูกค้ารายใหม่ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทยควรพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อจูงใจลูกค้าให้ยังคงเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
3. เรียนรู้คู่แข่ง ผลจากการเปิดเสรี AEC อาจก่อให้เกิดคู่แข่งใหม่ๆ จากในอาเซียน เช่น เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ซึ่งกำลังหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยต่างเปิดตัวสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีของไทยจะต้องศึกษาความเคลื่อนไหวของคู่แข่งอยู่ตลอดเวลาว่ามีการพัฒนาบริการด้านไหนบ้าง โดยไปทดลองใช้บริการหรือติดตามข่าวสารต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยกลับมาคิดและพัฒนาธุรกิจของตนเอง

4. สร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการไทยปัจจุบันภาครัฐของไทยได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ให้มีการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกัน เพื่อลดการตัดราคาแข่งขันกันเอง รวมทั้งเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการไทย ที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

### กลยุทธ์เชิงรุก

1. พัฒนากลยุทธ์สำหรับการแย่งชิงลูกค้าจากคู่แข่ง ถ้าผู้ประกอบการต้องการที่จะประคับประคองธุรกิจท่ามกลางความผันแปรของตลาดท่องเที่ยวและปัจจัยรอบด้านต่างๆ สิ่งหนึ่งที่ต้องทำคือการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวาง และหลากหลายมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยง ซึ่งนั่นหมายถึงการจกฉวยลูกค้าของคู่แข่งกันในธุรกิจมาได้ โดยนำเสนอบริการที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง และสามารถดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าหันมาลงใช้สินค้าและบริการของเราในที่สุด

2. เร่งทำการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่องในภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงผันผวน ธุรกิจหลายแห่งหันมาตั้งงบประมาณทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งหากมองในด้านความเป็นจริงแล้ว ช่วงวิกฤติที่ผันผวนเช่นนี้ การตลาดถือเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะในช่วงที่ลูกค้ากำลังอยู่ระหว่างเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการต้องพยายามจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการของตนให้ได้ โดยนำเสนอความคุ้มค่าแก่ลูกค้า ซึ่งคงเป็นการดีกว่าที่จะปล่อยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง

3. มุ่งประชาสัมพันธ์เจาะกลุ่มตลาดลูกค้าใหม่เข้าร่วมกิจกรรมกับภาครัฐที่ให้การสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สินค้าและบริการต่างๆ ของไทยในตลาดต่างประเทศ อาทิ การจัดงานแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Hospitality เช่น สปา แพทย์แผนไทย และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ในกลุ่มประเทศเป้าหมาย อาทิ กลุ่มยุโรป อเมริกา เอเชีย และกลุ่มตะวันออกกลางอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นานาชาติได้รู้จักสินค้าและบริการของไทย โดยเฉพาะกลุ่มตลาดเอเชียซึ่งถือเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ ซึ่งคาดว่าภายหลังการก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ จะทำให้ฐานตลาดผู้บริโภคกว้างขึ้น อีกทั้งยังเอื้อต่อการขยายธุรกิจร่วมกัน รวมถึงมีการเดินทางระหว่างประเทศที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น จึงเป็น โอกาสในการเติบโตสำหรับธุรกิจ Hospitality ด้วยเช่นกัน

4. นำเสนอบริการในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Service) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ซึ่งผู้ประกอบการสามารถจุดเด่นของบริการ เพื่อจูงใจกลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งนับวันจะมีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น อาทิ ธุรกิจ โรงแรมที่พักที่มีการออกแบบตัวอาคารให้ลดการใช้พลังงาน มีการจัดการทรัพยากรภายในโรงแรมอย่างคุ้มค่า รวมทั้งให้ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งในการลดการใช้

ทรัพยากร เช่น การให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะเปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวทุกวันหรือไม่ การใช้ขวดแก้วบรรจุน้ำแทนขวดพลาสติกภายในโรงแรม และการให้ผู้เข้าพักปิดแอร์และไฟฟ้าในห้องพักขณะที่ออกไปทำกิจกรรมข้างนอกทุกครั้ง ธุรกิจบริการรับส่งนักท่องเที่ยวอาจใช้พาหนะที่ใช้เชื้อเพลิงจากธรรมชาติ และปล่อยมลภาวะต่ำ หรือจัดกิจกรรมเที่ยวชมธรรมชาติ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการเดินทางโดยใช้สัตว์ในท้องถิ่นเป็นพาหนะธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งเป็นการช่วยลดปริมาณขยะ/ของเหลือใช้ในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง (พัฒนศักดิ์ สุนทรกุล, 2555)

กล่าวโดยสรุป คือ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวนั้นจะต้องมีองค์ประกอบทั้งในด้านการจัดนำเที่ยว การขนส่ง ที่พักและร้านอาหารซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานคุณสมบัติของธุรกิจนำเที่ยวที่ดี มีความรู้ความสามารถในการบริหารและมีจิตใจรักในงานบริการเป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจนำเที่ยวนั้นมีโครงสร้างองค์กรขนาดเล็กไม่ซับซ้อน ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวไม่ได้มีการแบ่งสายการดำเนินงานอย่างชัดเจน ซึ่งมีเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวแล้วผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีการปรับตัว ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวเป็น โอกาสที่ดีในการทำธุรกิจ แต่อาจมีผลกระทบในด้านการแข่งขันที่สูงขึ้น ฉะนั้น ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรมีกกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางภาวะการแข่งขัน โดยที่จะต้องรักษากลุ่มลูกค้าเดิม เรียนรู้คู่แข่ง สร้างความร่วมมือและพันธมิตรทางการค้า รวมถึงทำการตลาดเชิงรุกประชาสัมพันธ์ในกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยนำเสนอการท่องเที่ยวและบริการเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

### 2.3 ทฤษฎีวงล้อเดมมิง

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (2552) กล่าวว่า William Edwards Deming ได้พัฒนาวงจร PDCA ขึ้นมาจากแนวคิดของ W.A. Shewhart ในระยะแรกรู้จัก วงจร PDCA ในนาม Shewhart Cycle จากนั้น Dr. William Edwards Deming ได้นำพัฒนาปรับใช้ในการควบคุมคุณภาพในวงการอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น จึงมีชื่อเรียกว่า Deming Cycle

**William Edwards Deming** มีความเชื่อว่าคุณภาพสามารถปรับปรุงได้ จึงเป็นแนวคิดของการพัฒนาคุณภาพงานขั้นพื้นฐาน เป็นการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างระบบการผลิตให้สินค้ามีคุณภาพดี การให้บริการที่ดี หรือทำให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างมีระบบโดยใช้ได้กับทุกๆสาขาวิชาชีพแม้กระทั่งการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2547 : 56) กล่าวว่า วงล้อเดมมิง หรือวงล้อ PDCA คือวิธีการที่เป็นขั้นตอนในการทำงานให้งานเสร็จอย่างถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน (Check) และการ

ปฏิบัติการแก้ไขปัญหาที่ทำให้งานไม่บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้ (Act) ดังนั้นการหมุนวงล้อเดมมิ่ง (PDCA) อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การบริหารงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

อุทัย บุญประเสริฐ (2545 : 76) ได้เสนอว่าวงจร PDCA หรือวงจรเดมมิ่ง คือแนวความคิดในการแก้ปัญหา (Problem Solving) และการพัฒนากระบวนการ (Process Improvement) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำเสนอโดย เดมมิ่ง และถือว่าเป็นแนวคิดพื้นฐานของวิธีการต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน กระบวนการแก้ปัญหาประกอบด้วย

**1. Plan** คือ การวางแผน จะครอบคลุมในเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการแก้ไข และจัดทำแผนดำเนินงาน ในบรรดาองค์ประกอบทั้ง 4 ของวงจร PDCA นั้น ขั้นตอนการวางแผนเป็นเรื่องสำคัญที่สุด แต่ไม่ได้หมายความว่า ไม่ว่าจะดำเนินการในขั้นตอนที่เหลือจะเป็นอย่างไร ขอให้การวางแผนถูกต้องก็พอ แต่เนื่องจากทุกสิ่งทุกอย่างต้องอาศัยแผน ดังนั้นถ้าแผนไม่ดีเสียแล้ว งานอื่นก็ไม่ดีด้วย ซึ่งถ้าแผนเดิมมีการวางแผนอย่างดี การแก้ไขก็จะมีน้อยและกิจกรรมต่าง ๆ ก็สามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ในการจัดทำแผนจำเป็นจะต้องมีการระบุข้อจำกัดของทรัพยากรที่มีและผลที่มีต่อแผน เช่น ทรัพยากรมนุษย์ วัตถุดิบ และเงินทุน ระยะเวลาที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาหาวิธีการที่เป็นไปได้ภายใต้ข้อจำกัดดังกล่าว ถ้าเป็นไปได้ควรตรวจสอบความเป็นไปได้ในการผ่อนคลยข้อจำกัดดังกล่าวด้วย ควรมีการพิจารณาข้อเสนอต่างๆ ก่อนที่จะกำหนดเลือกใช้ข้อเสนอที่ดีที่สุดให้เป็นแผนปฏิบัติการ ในแผนควรกำหนดวิธีการต่างๆ ที่ใช้เพื่อตรวจสอบว่าแผนดังกล่าวมีการวางแผนที่ดี และมีการปฏิบัติตามแผนอย่างถูกต้อง

**2. Do** คือ การลงมือปฏิบัติ หลังจากจบจากการวางแผนแล้วก็เข้าสู่ขั้นตอนการปฏิบัติงานหรือดำเนินงานขั้นตอนต่าง ๆ ที่เสนอไว้ ควรนำไปปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติการตามแผนที่วางไว้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในขั้นตอนนี้คือ

2.1 สร้างความมั่นใจว่าผู้รับผิดชอบดำเนินการ ตระหนักถึงวัตถุประสงค์และความจำเป็นของงานอย่างถ่องแท้

2.2 ให้ผู้รับผิดชอบรับรู้เนื้อหา และดำเนินการตามแผนที่กำหนด

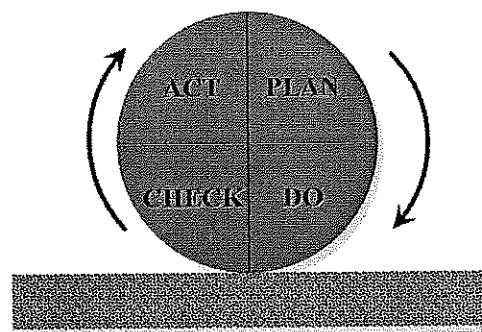
2.3 ให้มีการศึกษา และฝึกอบรม เพื่อดำเนินการตามแผนอย่างถูกต้อง

2.4 จัดหาทรัพยากรที่จำเป็นตามที่กำหนด และเมื่อต้องการ

**3. Check** คือการตรวจสอบผลการปฏิบัติ เมื่อทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผน เพื่อให้สามารถเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น และดำเนินการแก้ไขจนได้กระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติงานที่สามารถกำหนดเป็นมาตรฐาน ควรมีการประเมินสองด้านและเป็นอิสระซึ่งกันและกัน 1. มีการดำเนินงานตามแผนอย่างถูกต้องหรือไม่ 2. เนื้อหาของแผนมีสาระเพียงพอหรือไม่ถ้าวัตถุประสงค์ของงานไม่บรรลุ

เป้าหมายความว่าสภาพเงื่อนไขไม่เป็นไปตามข้อ 1 หรือข้อ 2 หรือทั้งสองข้อเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องพิจารณาว่าอยู่ในกรณีใด เพราะการแก้ไขที่ต้องการในแต่ละข้อจะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

4. Act คือการปฏิบัติตามผลการตรวจสอบ หรือแก้ไข การปฏิบัติการใด ๆ ที่เหมาะสมตามผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนการตรวจสอบหากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายจะต้องทำการปรับปรุงแก้ไข ในกรณีผลลัพธ์เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้จัดทำเป็นมาตรฐานซึ่งเรียกขั้นตอนนี้ว่าการนำไปปฏิบัติ และกำหนดเป็นมาตรฐาน (Action)



ภาพที่ 2.2 วงจรเดมมิง (PDCA)

ที่มา : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (2552)

จากรูปที่ 2.2 เป็นกระบวนการของ PDCA ซึ่งเป็นกิจกรรมพื้นฐานในการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพของการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอน 4 ขั้น คือ เริ่มจากอันดับแรกคือวางแผน นำไปสู่การปฏิบัติ แล้วก็จะต้องมีตรวจสอบ และมีการติดตามปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม PDCA อย่างเป็นระบบให้ครบวงจรอย่างต่อเนื่อง หมุนเวียนไปเรื่อย ๆ ย่อมส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเพิ่มขึ้น

แนวคิด PDCA สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังได้ เนื่องจากการบริหารงานในระดับต่าง ๆ ทุกระดับตั้งแต่เล็กที่สุดคือการปฏิบัติงานประจำวันของบุคคลคนหนึ่ง จนถึงโครงการในระดับใหญ่ที่ต้องใช้กำลังคนและเงินงบประมาณจำนวนมากย่อมมีกิจกรรม PDCA เกิดขึ้นเสมอ โดยมีการดำเนินกิจกรรมที่ครบวงจรบ้าง ไม่ครบวงจรบ้างแตกต่างกัน ตามลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในแต่ละองค์กรจะมีวงจร PDCA อยู่หลายๆ วง วงใหญ่ที่สุด คือ วงที่มีวิสัยทัศน์และแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรเป็นแผนงาน (P) แผนงานวงใหญ่อาจครอบคลุมระยะเวลาต่อเนื่องกันหลายปีหรือตามฤดูกาลท่องเที่ยวจึงจะบรรลุผล การจะผลักดันให้วิสัยทัศน์และแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปรากฏเป็นจริงได้จะต้องปฏิบัติ (P) โดยนำแผนยุทธศาสตร์มากำหนดเป็นแผนการปฏิบัติงานประจำปีของหน่วยงานต่างๆ หรือแผนกต่างๆ ในธุรกิจ จะก่อให้เกิดวงจร PDCA ของหน่วยงาน

ขึ้นใหม่ หากหน่วยงานมีขนาดใหญ่ มีบุคลากรที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ก็จะต้องแบ่งกระจาย ความรับผิดชอบไปยังหน่วยงานต่างๆ ทำให้เกิดวงจร PDCA เพิ่มขึ้นอีกหลายๆ วง โดยมีความเชื่อมโยงและซ้อนกันอยู่ การปฏิบัติงานของหน่วยงาน ทั้งหมดจะรวมกันเป็น (D) ขององค์กร นั้น ซึ่งองค์กรจะต้องทำการติดตามตรวจสอบ (C) และแก้ไขปรับปรุงจุดที่เป็นปัญหาหรืออาจต้องปรับแผนใหม่ในแต่ละปี (A) เพื่อให้วิสัยทัศน์และแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวนั้นปรากฏเป็นจริงและทำให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์รวมขององค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ

## 2.4 ความรู้เกี่ยวกับ AEC และมาตรฐานผู้ประกอบการท่องเที่ยวใน AEC

### ประวัติอาเซียน

ประชาคมอาเซียน (Association of South East Asian Nations) เป็นการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ได้แก่ รัฐบาลในคาบสมุทรอินโดจีน ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มาเลเซีย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ประเทศไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จัดตั้งขึ้นเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในเวทีระหว่างประเทศในทุกด้าน รวมถึงความสามารถในการรับมือกับปัญหาใหม่ๆ ในระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อภูมิภาคอาเซียน เช่น ภาวะโลกร้อน การก่อการร้าย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเป็นประชาคมอาเซียน คือการทำให้ประเทศสมาชิกอาเซียนเป็น “ครอบครัวเดียวกัน” ที่มีความแข็งแกร่งและมีภูมิคุ้มกันที่ดี โดยสมาชิกในครอบครัวมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีปลอดภัย และสามารถทำมาค้าขายได้อย่างสะดวกมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

ประชาคมอาเซียนถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคม 2546 จากการที่ผู้นำอาเซียนได้ร่วมลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียน ที่เรียกว่า “ข้อตกลงบาหลี 2” เพื่อเห็นชอบให้จัดตั้งประชาคมอาเซียน ภายในปี 2563 แต่ต่อมาได้ตกลงร่นระยะเวลาจัดตั้งให้เสร็จในปี 2558 (สำนักงานพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

### เป้าหมายของ AEC

แต่เดิมนั้นอาเซียนจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปี 2563 (ค.ศ.2020) โดยจะเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (single market and single production base) มีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี เพื่อบูรณาการให้อาเซียนเป็นตลาด และฐานการผลิตเดียวกัน ต่อมาผู้นำอาเซียนได้ลงนามในปฏิญญาว่าด้วยการเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปี

ค.ศ. 2015 และเพื่อเร่งรัดเป้าหมายการจัดตั้งประชาคมอาเซียนให้เร็วขึ้นอีก 5 ปี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554)

### AEC Blueprint

อนุสรณ์ ธรรมใจ (2555) อธิบายว่า การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ (Economic Integration) ภายในปี 2558 ของประชาคมอาเซียนนั้น ถือเป็นพัฒนาการของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่ก้าวข้ามสภาพทางภาษีศุลกากร (Custom Union) มาเป็นตลาดรวม (Common Market) ถือว่า มีลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์ของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้ ลัดขั้นตอนของการพัฒนาสู่การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงมีลักษณะที่เป็นตลาดรวมทางเศรษฐกิจที่ไม่สมบูรณ์นักเมื่อเทียบกับสหภาพยุโรป มีความชัดเจนมากขึ้นตามลำดับ ระบบเศรษฐกิจโลกจะมีการเคลื่อนย้ายศูนย์กลางมายังเอเชียมากขึ้นตามลำดับ ขณะที่ประเทศต่างๆ จะเดินทางเปิดเสรีมากขึ้นเรื่อยๆ ภาวะไร้พรมแดนจะเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปในศตวรรษที่ 21 จะเกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่ สามกลุ่มคือ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคตะวันออก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในทวีปอเมริกา การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในยุโรป ขณะที่มนุษยชาติต้องเผชิญปัญหาในระดับภูมิภาคและระดับโลกที่เป็นปัญหารวมกันมากขึ้น โดยเฉพาะภัยพิบัติทางธรรมชาติและภาวะโลกร้อน

กลุ่มประเทศอาเซียน ได้จัดทำแผนงานในเชิงบูรณาการในด้านเศรษฐกิจต่างๆ หรือพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 เรื่อง ดังนี้

1. การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวจะนำไปสู่การใช้กฎระเบียบการค้าในประเทศสมาชิกทั้งหมดเป็นอย่างเดียวกัน (Harmonization of Rules and Regulations) ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ ราคา อัตราภาษี รวมถึงกฎระเบียบในการซื้อขาย การขจัดมาตรการและข้อกีดกันต่างๆ รวมถึงการมีมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า เสื่อนไขการเคลื่อนย้ายบุคคลสัญชาติอาเซียน และประเภทบริการและการลงทุนที่เสรีมากขึ้น
2. การสร้างอาเซียนให้เป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (Highly Competitive Economic Region) ในเวทีการค้าโลก ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคม การเงินการธนาคาร การจัดระบบการค้าให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น
3. การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกันระหว่างสมาชิกอาเซียน โดยพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises :SMEs) และเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการความร่วมมือต่างๆ เช่น โครงการริเริ่มเพื่อการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration : IAI) ในการลดช่องว่างการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศสมาชิก

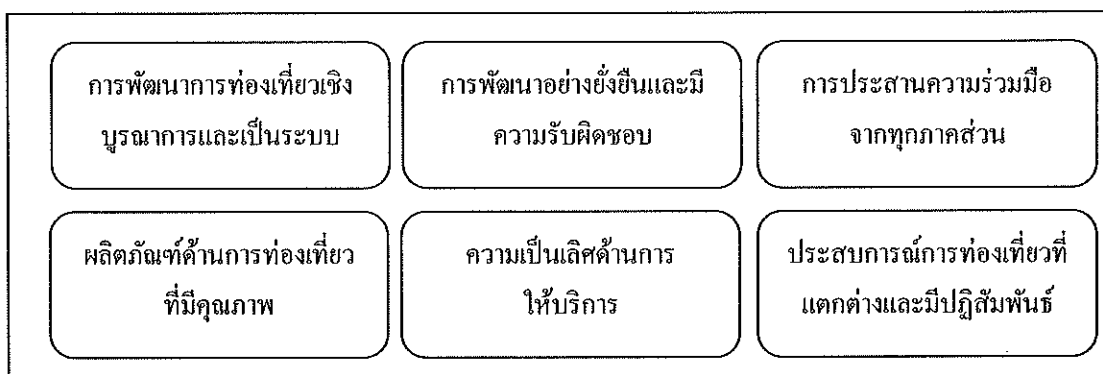
4. การเชื่อมโยงของอาเซียนเข้ากับเศรษฐกิจโลก ด้วยการเน้นและปรับประสานนโยบาย เศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศนอกภูมิภาคให้มีทำร่วมกัน โดยการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียนกับประเทศ คู่เจรจาต่างๆ เพื่อให้เครือข่ายการผลิต/จำหน่ายภายในอาเซียนเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจส่วนอื่นของโลก อีกทั้ง ให้มีการเร่งรัดการดำเนินงานรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในกลุ่มอาเซียน ทางด้านการค้า การบริการ การลงทุน แรงงาน และเงินทุน โดยมีสาระสำคัญดังนี้ 1. ด้านสินค้า : มุ่งลดภาษีสินค้าของประเทศสมาชิกเดิมให้เป็น 0% ภายในปี 2553 (ค.ศ. 2010) และมุ่งลดภาษีสินค้าของประเทศสมาชิกใหม่ ปี 2558 (ค.ศ. 2015) รวมทั้ง ยกเลิกมาตรการกีดกันที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers : NTBs) โดยเร็ว ตลอดจนปรับปรุงกฎว่าด้วย แหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin : ROO) และใช้พิกัดอัตราศุลกากรที่สอดคล้องกัน 2. ด้านบริการ : ยกเลิกข้อจำกัดในการประกอบการด้านการค้าบริการในอาเซียน ภายในปี 2563 (ค.ศ. 2020) 3. ด้านการลงทุน : เปิดให้มีการลงทุนเสรีในอาเซียนและให้ปฏิบัติต่อนักลงทุนอาเซียนเปรียบเสมือนนักลงทุนในประเทศ ภายในปี 2553 (ค.ศ. 2010) 4. ด้านแรงงาน : ให้แรงงานฝีมือ สามารถเคลื่อนย้ายภายในอาเซียนได้ อย่างเสรี 5. ด้านเงินทุน : มุ่งให้มีการไหลเวียนของเงินทุนที่เสรีมากขึ้น และเร่งรัดการเปิดเสรีการค้า สินค้าและบริการให้เห็นผลชัดเจนขึ้น (อนุสรณ์ ธรรมใจ, 2555)

กล่าวโดยสรุปคือ สำหรับเสาหลักการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ภายในปี 2558 เพื่อให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรี และเงินทุนที่เสรีขึ้นต่อมา ในปี 2550 อาเซียนได้จัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) เป็นแผน บูรณาการงานด้านเศรษฐกิจให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่งประกอบด้วยแผนงานเศรษฐกิจในด้าน ต่าง ๆ พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการดำเนินมาตรการต่างๆ จนบรรลุเป้าหมายในปี 2558 รวมทั้งการ ให้ความยืดหยุ่นตามที่ประเทศสมาชิกได้ตกลงกันล่วงหน้าเพื่อสร้างพันธสัญญาระหว่างประเทศสมาชิก อาเซียนด้วยตนเอง จึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่สำคัญไว้ ทั้งหมด 4 ข้อดังนี้ คือการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการ แข่งขันสูง การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการ เข้ากับเศรษฐกิจโลก

#### หลักการสำคัญ (Overarching Principles)

จากการประชุมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Forum 2010) ณ ประเทศบรูไน ดารุสซาลาม ในปี พ.ศ. 2553 ประเทศสมาชิกรับรองหลักการสำคัญ 6 ประการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแผน ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (ATSP) ดังแสดงให้เห็นในรูป (กรมการท่องเที่ยว และวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554)





ภาพที่ 2.3 หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวในอาเซียน

ที่มา : แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน ปี 2554-2558

จากรูปที่ 2.3 แสดงหลักการสำคัญในการท่องเที่ยวของอาเซียนเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอันประกอบด้วย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน มีการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความเป็นเลิศด้านการให้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่เพื่อสร้างความเป็นมิตรไมตรีที่ดีระหว่างกัน

#### วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (ATSP)

ภายในปี 2558 อาเซียนจะรองรับจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนที่เพิ่มมากขึ้นด้วยสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เป็นเอกลักษณ์ การเชื่อมโยงภายในภูมิภาคที่มีความสะดวก สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง คุณภาพการบริการที่ดี ในขณะเดียวกัน จะส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและโอกาสของประชาชนให้มากขึ้น จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการทางงานร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ (กรมการท่องเที่ยว และวิทยาลัยนวัตกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554)

#### ข้อตกลงยอมรับร่วมคุณสมบัติวิชาชีพการท่องเที่ยว (MRA on Tourism Professionals)

สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2552) กล่าวถึง ข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement : MRA on Tourism Professionals) ซึ่งสมาชิกอาเซียน 9 ประเทศ (ยกเว้นประเทศไทย) ได้ลงนามในข้อตกลงร่วมกันดังกล่าว ที่กรุงฮานอย เวียดนาม เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ.2552 สำหรับสาระสำคัญของ MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน กำหนดให้ประเทศสมาชิกพิจารณาสมรรถนะของบุคลากรในตำแหน่งต่างๆ โดยใช้คุณสมบัติ การศึกษา การฝึกอบรม และ/หรือประสบการณ์ในการทำงาน

เป็นเกณฑ์พื้นฐานในการรับรองมาตรฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน โดยมีคณะกรรมการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพการท่องเที่ยวและคณะกรรมการวิชาชีพการท่องเที่ยวแห่งชาติหรือหน่วยงานที่เท่าเทียมกันทำหน้าที่กำกับว่าผู้นั้นได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ในมาตรฐานสมรรถนะร่วมสำหรับนักวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียนหรือไม่

ทั้งนี้ ผู้ผ่านการรับรองคุณสมบัติและได้รับใบรับรองมาตรฐานวิชาชีพดังกล่าวมีสิทธิในการเดินทางไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนได้ แต่ยังคงต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของประเทศที่เข้าไปทำงานด้วย

#### วัตถุประสงค์ของ MRA on Tourism Professionals

1. เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในอาเซียน โดยมี การรับรองคุณสมบัติหรือสมรรถนะวิชาชีพการท่องเที่ยว
2. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการศึกษาที่มุ่งเน้นศักยภาพและการฝึกอบรมสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ ได้รับการยอมรับในระดับสากล
3. เพื่อจัดหาโอกาสสำหรับความร่วมมือและการพัฒนาศักยภาพในประเทศสมาชิกอาเซียน

#### สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวในอาเซียน

ตามข้อตกลงยอมรับร่วมกัน ในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals) ได้มีการกำหนดสมรรถนะขั้นพื้นฐานของ วิชาชีพท่องเที่ยวในอาเซียน (Common Competency Standards Framework for Tourism Professionals) ใน ส่วนของธุรกิจการท่องเที่ยว ไว้ดังตารางที่ 2.1

#### ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน

กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)	สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION	<p>สมรรถนะทั่วไป (Generic Competencies)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Communicate effectively on the telephone)</li> <li>2. ปฏิบัติหน้าที่งานเสมียน (Perform clerical procedures)</li> <li>3. การเข้าถึงและการดึงข้อมูลคอมพิวเตอร์มาใช้ (Access and retrieve computer-based data)</li> </ol>

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
		4. ใช้เครื่องมือทางธุรกิจร่วมกับเทคโนโลยี (Use common business tools and technology) 5. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า (Promote products and services to customers) 6. ขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงิน (Process financial transactions) 7. การจัดการและแก้ไขปัญหาสถานการณ์ความขัดแย้ง (Manage and resolve conflict situations) 8. พูดภาษาอังกฤษในระดับปฏิบัติงานขั้นพื้นฐาน (Speak English at a basic operational level)
TOUR OPERATION	Product Manager	สมรรถนะการทำงาน (Functional Competencies )
	Travel Planner Product Designer	1. การเข้าถึงและการแปลความหมายข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Access and interpret product information) 2. จองและประสานงานการให้บริการจัดจำหน่าย (Book and coordinate supplier services)สมรรถนะการทำงาน (Functional Competencies ) 1. การเข้าถึงและการแปลความหมายข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Access and interpret product information) 2. จองและประสานงานการให้บริการจัดจำหน่าย (Book and coordinate supplier services) 3. สร้างและใช้การวิจัยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Construct and apply tourism product research) 4. ประสานงานกิจกรรมทางการตลาด (Coordinate marketing activities) 5. ประสานงานการผลิตโบรชัวร์และสื่อการตลาด (Coordinate production of brochures and marketing materials)

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
 กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION	Product	6. สร้าง ดำเนินการและประเมินผลการริเริ่มผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Create, implement and evaluate strategic)
	Manager	7. พัฒนาและประเมินผลการดำเนินการตามแผนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (Develop, implement and evaluate regional tourism plans)
	Travel	8. พัฒนาและตรวจสอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัฒนธรรม (Develop and monitor culturally appropriate tourism activity)
	Planner	9. จัดทำและยื่นใบเสนอราคา (Prepare and submit quotations)
	Product	10. การจัดการ โครงการการท่องเที่ยวที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และ โปรแกรม (Manage innovative tourism projects and programs)
Designer	11. การจัดการความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Manage operational risk)	
		12. วางแผนและดำเนินกิจกรรมการขายแพคเกจทัวร์ (Plan and implement package sales activities)
		13. การพัฒนาและประสานงานกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม (Develop and coordinate appropriate cultural tourism activity)
		14. แหล่งที่มาของสินค้าและแพคเกจท่องเที่ยวและบริการ (Source and package tourism products and service)
		15. แหล่งที่มาและให้ข้อมูลปลายทางและคำแนะนำ (Source and provide destination information and advice)
		16. เป็นเจ้าภาพในการพัฒนาการรับรู้ของชุมชน (Develop host community awareness programs)

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)

กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION	Product Manager	17. พัฒนาธุรกิจ / ตรวจสอบการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอย่างยั่งยืน (Develop/monitor ecologically sustainable tourism operations)
	Travel Planner	18. พัฒนาและประเมินผลการดำเนินการตามแผนของผู้ให้การสนับสนุน (Develop, implement and evaluate sponsorship plans)
	Product Designer	19. ดำเนินการตรวจสอบระบบการและวิธีการจัดการ (Implement/monitor event management systems and procedures)
		20. การจัดตั้งและรักษาสถานที่ทำงานให้ปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Establish and maintain a safe and secure workplace)
		21. เป็นผู้นำและการจัดการในการพัฒนาทีม (Lead and manage a development team)
		22. เป็นผู้แนะนำทักษะในการทำงานอื่นๆ (Coach others in job skills)
		23. การจัดการและรักษาความสัมพันธ์ในสถานที่ทำงานที่มีประสิทธิภาพ (Manage and maintain effective workplace relations)
		24. การพัฒนาและดำเนินการตามแผนธุรกิจ (Develop and implement a business plan)
		25. สร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Establish and maintain a business relationship)
		26. จัดทำและตรวจสอบงบประมาณ (Prepare and monitor budgets)
		27. การจัดการดำเนินงานทางการเงินภายในงบประมาณ (Manage financial operations within a budget)

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION	Product Manager	28. รักษาความรู้ทางกฎหมายที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติทางธุรกิจ(Maintain legal knowledge required for business compliance) 29. การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้ในระดับที่กำกับดูแล (Read and write English at a supervisory level)
	Travel Planner	
	Product Designer	
	Product Designer	
TOUR OPERATION Management	Contracts Manager Sales and Marketing Manager	สมรรถนะการทำงาน (Functional Competencies) 1. การพัฒนาและดำเนินการประเมินแผนท่องเที่ยวในภูมิภาค (Develop, implement and evaluate regional tourism plans) 2. ประสานงานการผลิตโบรชัวร์และสื่อการตลาด (Coordinate production of brochures and marketing materials) 3. สร้างและดำเนินการประเมินผลการริเริ่มผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Create, implement and evaluate strategic product initiatives) 4. การจัดการและการตรวจสอบโปรแกรมการท่องเที่ยวและโครงการ (Manage and monitor tourism programs and projects) 5. สร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Establish and maintain a business relationship) 6. รักษาความรู้ทางกฎหมายที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติทางธุรกิจ (Maintain legal knowledge required for business compliance) 7. การพัฒนาและการบริหารจัดการกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Develop and manage business strategies) 8. การพัฒนาและดำเนินการตามแผนธุรกิจ (Develop and implement a business plan)

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
		9. การจัดการและการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Manage and control operational costs) 10. การจัดการดำเนินงานทางการเงินภายในงบประมาณ (Manage financial operations within a budget) 11. การจัดการสัญญา / ภาระผูกพัน (Manage contractual agreements/commitments) 12. จัดและประสานงานการประชุม (Organise and coordinate meetings) 13. เตรียมเอกสารทางธุรกิจ (Prepare business documents) 14. การจัดตั้งและรักษาสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Establish and maintain a safe and secure workplace) 15. เป็นผู้นำในการจัดการคน (Prepare and submit quotations) 16. รับสมัครและคัดเลือกพนักงาน (Recruit and select staff) 17. การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้ในระดับสูง (Read and write English at an advanced level)
TOUR OPERATION Management	Contracts Manager Credit Manager	สมรรถนะการทำงาน (Functional Competencies) 1. การจัดการสัญญา / ภาระผูกพัน (Manage contractual agreements/commitments) 2. สร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Establish and maintain a business relationship) 3. รักษาระบบบัญชีทางการเงินให้มีความปลอดภัย (Maintain a secure financial accounting system) 4. รักษาความรู้ทางกฎหมายที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติทางธุรกิจ (Maintain legal knowledge required for business compliance)

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION Management	Contracts Manager Credit Manager	<p>5. การจัดการการบริการลูกค้าที่มีคุณภาพ (Manage quality customer service)</p> <p>6. การจัดตั้งและรักษาสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Establish and maintain a safe and secure workplace)</p> <p>7. เตรียมเอกสารทางธุรกิจ (Prepare business documents)</p> <p>8. เป็นผู้นำในการจัดการคน (Lead and manage people)</p> <p>9. รับสมัครและคัดเลือกพนักงาน (Recruit and select staff)</p> <p>10. การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้ในระดับสูง (Read and write English at an advanced level)</p>
TOUR OPERATION Inbound Operations	Tour Manager Ticketing Supervisor Reservations Manager	<p>สมรรถนะการทำงาน (Functional Competencies)</p> <p>1. ประสานงานกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขาย (Coordinate marketing and promotional activities)</p> <p>2. การพัฒนาและดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ (Develop and implement operational plans)</p> <p>3. ตีความงบการเงินและรายงาน (Interpret financial statements and reports)</p> <p>4. การดำเนินงานระบบข้อมูลอัตโนมัติ (Operate an automated information system)</p> <p>5. ประเมินและวางแผนโอกาสการท่องเที่ยวให้กับชุมชนท้องถิ่น (Assess and plan tourism opportunities for local communities)</p> <p>6. ประสานงานและดำเนินการทัวร์แบบวันเดียวหรือทัวร์ระยะสั้น (Coordinate and operate a day-tour (or short excursions)</p>



ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION Inbound Operations	Tour Manager Ticketing Supervisor Reservations Manager	<p>7. การพัฒนาและประสานงานกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม (Develop and coordinate appropriate cultural tourism activity)</p> <p>8. จัดสรรทรัพยากรการท่องเที่ยว (Allocate tour resources)</p> <p>9. ส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวและบริการ (Promote tourism products and services)</p> <p>10. การพัฒนาและประสานงานกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม (Develop and coordinate appropriate cultural tourism activity)</p> <p>11. สามารถค้นหา ให้ข้อมูล และแนะนำแหล่งท่องเที่ยว (Source and provide destination information and advice)</p> <p>12. การจัดตั้งและรักษาสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย และการรักษาความปลอดภัย (Establish and maintain a safe and secure workplace)</p> <p>13. การสร้างและรักษาการทำงานของทีมงานที่จะส่งมอบบริการให้ (Build and maintain a team approach to service delivery)</p> <p>14. การบริหารจัดการคน (Lead and manage people)</p> <p>15. การดำเนินการตรวจสอบการทำงาน (Monitor work operations)</p> <p>16. การตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน (Monitor staff performance)</p> <p>17. บัญชีรายชื่อของพนักงาน (Roster staff)</p> <p>18. เป็นผู้แนะนำทักษะในการทำงานอื่นๆ (Coach others in job skills)</p> <p>19. สามารถประกอบอาหารรับประทานในแคมป์ (Provide camp site catering)</p>

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION Inbound Operations	Tour Manager Ticketing Supervisor Reservations Manager	20. ป้องกันการโจรกรรม (Minimize theft) 21. การใช้ภาษาอังกฤษในระดับการดำเนินงานการกำกับดูแลหรือผู้บริหารระดับสูง (Use English at a supervisory or senior operational level)
TOUR OPERATION Inbound Operations	Tour Guide (incl. Senior Tour Guide) Tour Leader Tour Supervisor Resort Representative	สมรรถนะการทำงาน (Functional Competencies) 1. ทำงานเป็นมัคคุเทศก์ (Work as a Tour Guide) 2. ดำเนินการตรวจสอบความพร้อมก่อนเดินทาง (Conduct pre-departure checks) 3. จัดสรรทรัพยากรการท่องเที่ยว (Allocate tour resources) 4. พัฒนาและประสานงานกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม (Develop and coordinate appropriate cultural tourism activity) 5. ประสานงานและดำเนินการทัวร์แบบวันเดียวหรือทัวร์ระยะสั้น (Coordinate and operate a day-tour (or short excursions)) 6. การจัดการ และการดำเนินการรายละเอียดในการเดินทางท่องเที่ยว (Manage and execute a detailed tour itinerary) 7. พัฒนาและประสานงานกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม (Develop and coordinate appropriate cultural tourism activity) 8. รวบรวมและปรับปรุงความรู้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Compile and update tourism industry knowledge) 9. จองและประสานงานการให้บริการจัดจำหน่าย (Book and coordinate supplier services)

ตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ต่อ)  
 กรอบมาตรฐานสมรรถนะร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ตำแหน่งงาน (Job Titles)		สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Competency Standards)
TOUR OPERATION Inbound Operations	Tour Guide (incl. Senior Tour Guide) Tour Leader Tour Supervisor Resort Representative	10. ส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวและบริการ (Promote tourism products and services) 11. การสร้างและบริหารจัดการแคมป์ (Set up and operate a camp site) 12. สามารถประกอบอาหารรับประทานในแคมป์ (Provide camp site catering) 13. ปฏิบัติตามขั้นตอนด้านสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน (Follow workplace hygiene procedures)
สำหรับทั่วรั้วทัศนศึกษาเชิงนิเวศ หรือขยายไปยังพื้นที่ห่างไกล		สมรรถนะการทำงาน (หมายเหตุ: ไม่ได้สำหรับทุกรัฐ) (Functional Competencies) (NB: Not for all states) E1 ปฏิบัติงานในพื้นที่ห่างไกล (Operate tours in remote areas) E2 รักษายานพาหนะการท่องเที่ยวในสภาพการดำเนินงานที่ปลอดภัยและสะอาด (Maintain tourism vehicles in safe and clean operational condition) E3 งานและดูแลรถยก 4WD ในสภาพการทำงานที่ปลอดภัย (Operate and maintain a 4WD vehicle in safe working condition)

ที่มา : University of Queensland Australia (2013)

จากตารางที่ 2.1 สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียนในส่วนของ Tour Operation จำนวน 6 ตำแหน่งงาน ซึ่งมีตัวชี้วัดที่มีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะงานของแต่ละตำแหน่ง แต่มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานเดียวกันจำนวน 8 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย สามารถใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติหน้าที่งานเสมือน การเข้าถึงและการดึงข้อมูลคอมพิวเตอร์มาใช้ ใช้เครื่องมือทางธุรกิจร่วมกับเทคโนโลยี ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า ขั้นตอนการทำ

ธุรกรรมทางการเงิน การจัดการและแก้ไขปัญหาสถานการณ์ความขัดแย้ง และพูดภาษาอังกฤษในระดับปฏิบัติงานขั้นพื้นฐาน ซึ่งผู้ศึกษานำมาใช้เป็นประเด็นในการสัมภาษณ์เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

### ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator Standard)

กรมการท่องเที่ยว และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (2556) ได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับคณะกรรมการในการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ที่ต้องการเข้ารับการตรวจประเมินเพื่อยกระดับมาตรฐานของตนให้สูงขึ้น โดยโครงการตรวจประเมินรับรองมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ นั้นได้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และได้รับผลตอบแทนจากผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ที่สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง

เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพการพัฒนามาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ให้มีการบริการจัดการที่ดี และถูกต้องเหมาะสม อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ซึ่งมีผลต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ ในการประกอบธุรกิจนำเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา จึงได้ดำเนินการจัดทำโครงการตรวจประเมินรับรองมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อันเป็นการรับประกันคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการยอมรับและเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ฉบับปรับปรุงใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2558 และให้ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เข้ารับการตรวจประเมินตามหลักเกณฑ์ตัวชี้วัดที่กรมการท่องเที่ยวกำหนดขึ้น เพื่อพัฒนามาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้ได้การรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นในระดับสากลต่อไป

### ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว

#### มาตรฐานที่ 1 ด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
1. มีการนำนโยบายและแผนงานของบริษัทไปปฏิบัติ	1. มีการกำหนดนโยบายและแผนงานของบริษัท 2. นโยบายและแผนงาน แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าและความมั่นคงของบริษัท โดยไม่ขัดต่อศีลธรรมของสังคม และพ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 1 ด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
	3. มีการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม 4. มีการประเมินนโยบายและแผนงานของบริษัท 5. มีการนำนโยบายและแผนงานของบริษัทมาปรับปรุงแก้ไข
2. มีระเบียบข้อบังคับของบริษัท	1. มีกฎระเบียบต่างๆ ของบริษัท เขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร 2. มีการแจ้งกฎระเบียบดังกล่าวให้พนักงานรับทราบอย่างทั่วถึง 3. มีการนำกฎระเบียบต่างๆ ของบริษัท ไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
3. ผู้บริหารมีภาวะผู้นำและบริหารจัดการ โดยยึดหลักความโปร่งใส	1. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 2. ผู้บริหารมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน 3. ผู้บริหารมีความยุติธรรม 4. ผู้บริหารมีบุคลิกภาพดี 5. ผู้บริหารมีการบริหารจัดการที่สามารถตรวจสอบได้ และพร้อมที่จะให้ตรวจสอบอยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านการบริหารและงบประมาณ
4. มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านธุรกิจนำเที่ยว และมีความรู้เรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	1. ผู้บริหารและระดับปฏิบัติการมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว 2. ผู้บริหารและระดับปฏิบัติการมีประสบการณ์ด้านการนำเที่ยว 3. ผู้บริหารและระดับปฏิบัติการมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี 4. ผู้บริหารและระดับปฏิบัติการมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในภาษาที่ธุรกิจอยู่ได้เป็นอย่างดี 5. ผู้บริหารและระดับปฏิบัติการมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างดี 6. ผู้บริหารและระดับปฏิบัติการมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นอย่างดี

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 1 ด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์สำนักงานที่เพียงพอกับการปฏิบัติงาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีอุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็น ได้แก่ โต๊ะทำงาน โต๊ะประชุม ตู้เก็บเอกสาร ชุดรับแขก เก้าอี้เตอร์ เป็นต้น</li> <li>2. มีอุปกรณ์สื่อสารที่จำเป็น ได้แก่ โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร เป็นต้น</li> <li>3. มีอุปกรณ์สารสนเทศที่จำเป็น ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต เครื่องพิมพ์เอกสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น</li> </ol>
6. มีระบบข้อมูลและสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีสื่อสิ่งพิมพ์ด้านการท่องเที่ยวที่จัดให้บริการแก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว</li> <li>2. มีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการท่องเที่ยวที่จัดให้บริการแก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว</li> <li>3. มีสื่ออื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเอง จัดให้บริการแก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว</li> <li>4. มีข้อมูลจากแหล่งอื่นที่จัดไว้แล้ว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาครัฐ – เอกชนอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น ให้บริการแก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว</li> </ol>
7. มีการส่งเสริมให้บุคลากรมีความมั่นคงและก้าวหน้าในการทำงาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทมีการบริหารจัดการสรรค่าตอบแทน/ค่าจ้างไม่แตกต่างจากหน่วยงานราชการ หรือมาตรฐานค่าจ้างของกระทรวงแรงงาน</li> <li>2. พนักงานแสดงออกถึงความพึงพอใจต่องานที่มอบหมายและมีความสุขในการทำงาน</li> </ol>
8. ผู้รับใบอนุญาตจัดตั้งดำเนินธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มีธุรกิจอื่นแอบแฝง	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทไม่ดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหารายได้ทับซ้อนกับธุรกิจนำเที่ยว เช่น การพนัน การขายบริการทางเพศ การซื้อ-ขายสินค้าหนีภาษี และนำแรงงานเข้าประเทศ เป็นต้น</li> </ol>

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 1 ด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
9. บริษัทมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมสังคม	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.บริษัทมีการกำหนดแผนการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างสรรค์สังคม เช่น ปลูกป่า ช่วยเด็กผู้ด้อยโอกาส ช่วยเหลือผู้พิการ บำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ</li> <li>2.มีการดำเนินการตามแผนอย่างเป็นรูปธรรม</li> <li>3.มีการประเมินแผนการทำกิจกรรมต่างๆ</li> <li>4.มีการนำแผนการทำกิจกรรมต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข</li> </ol>

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 2 ด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
1. มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัทกำหนดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือก</li> <li>2. มีโปรแกรมท่องเที่ยวที่ระบุกิจกรรมต่างๆ ครอบคลุมและดึงดูดความสนใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ กิจกรรมระหว่างการเดินทาง และกิจกรรมอื่น ๆ ตามความเหมาะสม</li> <li>3. มีการระบุราคา ค่าใช้จ่ายในแต่ละกิจกรรม เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการบริการที่ดี และไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว</li> </ol>
2. มีการส่งเสริมการขาย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการโฆษณา ณ จุดขาย</li> <li>2. มีการเข้าร่วมงานเสนอซื้อขายบริการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ</li> <li>3. มีการส่งข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมนำเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ จดหมายข่าว รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ</li> </ol>

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 2 ด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
4. มีการจัดมัคคุเทศก์และทีมงานในแต่ละโปรแกรมฯ ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและรายการนำเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีมัคคุเทศก์และทีมงานที่มีความรู้ความสามารถด้านการนำเที่ยวการสื่อสาร การอธิบายกิจกรรมต่างๆ</li> <li>2. มีมัคคุเทศก์และทีมงานที่มีความรู้ความสามารถสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรจะมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ด้านการนำเที่ยวเชิงธรรมชาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรจะมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ด้านการนำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</li> <li>3. มีจำนวนและสัดส่วนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว</li> </ol>
5. มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดยานพาหนะในการเดินทางที่เหมาะสมและสะดวกสบาย</li> <li>2. มีการจัดการเข้าที่พักที่ดี</li> <li>3. มีการจัดการนำกลุ่มนักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังจุดต่างๆ</li> <li>4. มีการจัดการรับประทานอาหารที่ดี มีคุณภาพ</li> <li>5. มีการจัดการการซื้อสินค้าของที่ระลึกที่ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว</li> <li>6. มีการจัดการส่งนักท่องเที่ยวกลับที่นำประทับใจ</li> <li>7. มีการจัดการอำนวยความสะดวกในสิ่งที่นักท่องเที่ยวร้องขอในกรณีที่มีความจำเป็นหรือเหตุสุดวิสัย</li> </ol>
6. มีการจัดการนำเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการเลือกที่พัก ที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย</li> <li>2. มีการเลือกยานพาหนะ ที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย</li> <li>3. มีการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย</li> <li>4. มีการเตือนภัยอุบัติเหตุต่างๆ มีเจ้าหน้าที่ และการลักขโมยที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว</li> </ol>



ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 2 ด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
7. มีการจัดการนำเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชนบธรรมเนียมประเพณีไทย	1. ไม่มีกิจกรรมใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติในขณะจัดนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว 2. ไม่มีกิจกรรมใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในขณะจัดนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว
8. มีการจัดการนำเที่ยวที่ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	1. มีการใช้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 2. มีการใช้บริการยานพาหนะในท้องถิ่น 3. มีการใช้บริการที่พักในท้องถิ่น 4. มีการใช้บริการร้านอาหารในท้องถิ่น 5. มีการใช้บริการร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองในท้องถิ่น

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)  
มาตรฐานที่ 3 ด้าน จริยธรรมในวิชาชีพ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
1. มีการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยยึดหลักศีลธรรมของสังคม	1. แนวทางหรือวิธีการบริหารจัดการของบริษัท เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วไม่มีสิ่งใดที่มีผลทางลบต่อศีลธรรมอันดีของสังคม
2. มีการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกในบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อ ยึดหลักจริยธรรมอย่างเคร่งครัด	1. บริษัทมีวิธีการติดตาม ตรวจสอบ การปฏิบัติงานของพนักงาน 2. มีการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน 3. มีการยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด 4. มีการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด 5. กระทำด้วยความรับผิดชอบต่อ ไม่เลือกปฏิบัติ

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (2555)

จากตารางมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวดังกล่าวอันประกอบด้วย มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ มาตรฐานการจัดนำเที่ยว และมาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ ตามที่กรมการท่องเที่ยว ได้เป็นผู้กำหนด สามารถนำไปเป็นกรอบในการกำหนดหัวข้อและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ให้เป็นไปตามมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนได้ ทั้งยังสามารถนำไปเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย เพื่อให้กรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนมีความสอดคล้องกับมาตรฐานที่กรมการท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนด

## 2.5 แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวเที่ยว ประจำปี พ.ศ.2555-2560

แนวความคิดเรื่องการเปิดเสรีสินค้าและบริการแพร่ขยายอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายทุน และแรงงานระหว่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งเกิดการรวมกลุ่มประเทศทางด้านเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาค และภูมิภาค ปრაกฏการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการลงทุนในภูมิภาคต่างๆ รวมทั้งกระตุ้นการแข่งขันด้านการค้าและบริการระหว่างประเทศให้มีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่มีพันธกรณีภายใต้กรอบความตกลงเรื่องการเปิดเสรีด้านการบริการในระดับต่างๆ โดยสาขาการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Services) เป็นหนึ่งในสาขาบริการที่ต้องเปิดเสรี ซึ่งภายใต้กรอบอาเซียนนั้น การท่องเที่ยวนับเป็นสาขาบริการเร่งรัด และความตกลงดังกล่าวเป็นการเปิดโอกาสให้นักธุรกิจภายในภูมิภาคสามารถเปิดสำนักงานตัวแทนหรือตั้งสาขาเพื่อให้บริการท่องเที่ยวในประเทศอาเซียนได้สะดวกมากขึ้น และในอนาคต เมื่อมีการตกลงในเรื่องการเคลื่อนย้ายบุคลากร จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ให้บริการสามารถเดินทางไปให้บริการในประเทศอาเซียนได้มากขึ้น หากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยไม่มีการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การเปิดเสรีอาจนำไปสู่ผลกระทบต่อผู้ประกอบการและแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ ดังนั้นจึงมีการกำหนดมาตรการเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยภายใต้การเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว และวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554)

1. การจัดตั้งศูนย์การจัดการความรู้การท่องเที่ยว เกี่ยวกับการเปิดเสรีที่เป็นประโยชน์
2. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว SMEs
3. การพัฒนาระดับคุณภาพของบุคลากร ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรกรมการท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว
5. การพัฒนานวัตกรรมกรวางแผนบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

ตารางที่ 2.3 แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการ

การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว SMEs	การพัฒนายกระดับคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การพัฒนาองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจบริการท่องเที่ยว</li> <li>2. การให้คำปรึกษาทางเทคนิคแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว SMEs ในการให้บริการอย่างสร้างสรรค์บนฐานของความเป็นไทย</li> <li>3. การเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการพัฒนาศักยภาพเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน</li> <li>4. การส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่</li> <li>5. การพัฒนาโครงการนำร่องด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว SMEs</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานในประเทศ               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 การประเมินองค์ความรู้และทักษะที่บุคลากรไทยจำเป็นต้องเติมเต็ม</li> <li>1.2 การออกแบบเนื้อหาวิชารูปแบบการจัดการเรียนรู้</li> <li>1.3 การประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดฝึกอบรม</li> </ol> </li> <li>2. การพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรไทยในการทำงานต่างประเทศภายใต้วัฒนธรรมที่แตกต่าง</li> </ol>

ที่มา : ดัดแปลงจาก กรมการท่องเที่ยว (2554)

จากตารางดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวรวมถึงบุคลากรจะเริ่มต้นจากการพัฒนาองค์ความรู้ในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาเทคนิคความสามารถในการบริการและการแข่งขันบนพื้นฐานที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งยังจะต้องมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อต่อยอดหรือขยายโอกาสทางธุรกิจ มีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายทางธุรกิจในระดับพื้นที่เพื่อความเข้มแข็งของภาคธุรกิจนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจรวมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลจากแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวเที่ยว ประจำปี พ.ศ.2555-2560 และมาตรฐานการท่องเที่ยวในอาเซียนรวมถึงมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวมาเพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตั้งที่จะต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับแนวทางของแผนพัฒนาบริการ

ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีของผู้ประกอบการให้พร้อมสู่การแข่งขันเสรีด้านบริการท่องเที่ยวในอาเซียน

### ประเด็น ปัญหา อุปสรรคต่อการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ SMEs

กรมการท่องเที่ยว และวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2554) กล่าวถึง อุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งของประเทศไทย คือ เรื่องความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่มีอยู่กว่า 70% ในภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวของไทย (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2554) ซึ่งเมื่อประเทศมีการเปิดเสรีตามแผนของ AEC แล้ว การแข่งขันจะทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากคู่แข่งในกลุ่มที่เคยมีศักยภาพต่ำกว่าจะได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน นอกจากนี้ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนอื่นๆ อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างพยายามหาแนวทางแก้ไขจุดอ่อนเพื่อส่งเสริมให้ SMEs ในประเทศของตนมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นความพยายามต่างๆ ที่ได้ดำเนินการ ไปย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ SMEs ไทย

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น (2548) ได้อธิบายว่าโดยรวมแล้ว SMEs ไทยจะมีความสามารถในการแข่งขันในระดับท้องถิ่น หรือในประเทศแต่ยังขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล ทั้งนี้ เนื่องด้วยสาเหตุหลายประการ ได้แก่

#### 1. ข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล

อย่างที่กล่าวไปแล้วข้างต้นแล้วว่า ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจบริการท่องเที่ยวของไทยส่วนใหญ่ยังขาดการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร ขาดการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางในเรื่องการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว นโยบายและมาตรการของรัฐบาล ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด และโอกาสในการลงทุนในประเทศอาเซียน ขึ้นตอนและกระบวนการประกอบธุรกิจในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งระเบียบข้อบังคับและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ของไทยไม่สามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ หรือวางแผนในการขยายธุรกิจและการลงทุนในประเทศอาเซียนได้

#### 2. ขาดความรู้และทักษะ

ปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs ไทย คือ การขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในระดับสากล ความรู้ความเชี่ยวชาญและทักษะที่ผู้ประกอบการยังขาดมีดังต่อไปนี้

ด้านการบริหาร เนื่องจาก SMEs ส่วนมากมีที่มาจากธุรกิจครอบครัว ซึ่งมักขาดความรู้ในด้านการจัดการ หรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยเรียนดูเรียนคิดเป็นหลัก (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2548) ในการเตรียม

ความพร้อมและเพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ ผู้ประกอบการ SMEs ต้องพัฒนาตนเอง โดยอาศัยการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่อง การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ การนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ การจัดการองค์การ การกำหนดลักษณะงานและการมอบอำนาจหน้าที่ การพัฒนาบุคลากร การสร้างคนให้เป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการควบคุมตรวจสอบและประเมินผลการทำงานของพนักงาน

ด้านการตลาด หากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ใหม่ๆ การทำตลาดก็จะแข่งขันไม่ได้ ซึ่งในโลกยุคโลกาภิวัตน์ภายใต้แรงผลักดันจากการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวนี้ทำให้ทุกประเทศต้องมีการแข่งขัน เพื่อช่วงชิงตลาด ถ้าไม่สามารถทำการตลาดเชิงรุกได้ก็จะทำให้เสียโอกาส และถ้าใช้แต่ความคิดเดิม ๆ ก็จะตามโลกไม่ทัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยต้องทำความเข้าใจถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศ ซึ่งขณะนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญ คือ คนในพื้นที่เอเชีย ไม่ว่าจะเป็น จีน รัสเซีย อินเดีย เกาหลี ญี่ปุ่น ฮองกง มาเลเซีย และตะวันออกกลาง เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ด้านภาษา ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการท่องเที่ยวที่ต้องติดต่อกับลูกค้าชาวต่างชาติ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษแล้วผู้ประกอบการควรสามารถสื่อสารภาษาที่สาม ได้แก่ จีน รัสเซีย เกาหลี และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การขาดความรู้ด้านภาษาส่งผลให้ SMEs ไทยเสียเปรียบ ยกตัวอย่าง เช่น เป็นการเปิดช่องให้บริษัททัวร์ต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยใช้มัคคุเทศก์ส่วนตัวแทนที่จะเป็นมัคคุเทศก์คนไทย หรือเมื่อผู้ประกอบการไทยจัดโปรแกรมทัวร์ในต่างประเทศ จำเป็นต้องใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นของประเทศนั้นๆ ทั้งหมดเป็นต้น

ด้านเทคโนโลยี ผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมากยังขาดความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ (ICT) โดยเฉพาะการสร้างพื้นฐานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยในการประชาสัมพันธ์และการตลาดของธุรกิจไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติได้ ประกอบกับปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโทรศัพท์ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่ยังคงมีจำนวนจำกัดและไม่กระจายไปสู่ชุมชน หมู่บ้าน อย่างทั่วถึง

ด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การขาดความรู้ความสามารถด้านนี้ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้มีความแตกต่าง เพื่อเป็นจุดเด่น หรือจุดขายให้กับบริการของตนเนื่องจากปัจจุบันหลายๆ ประเทศในโลกสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ทัดเทียมกัน ฉะนั้น การที่จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จบนเวทีตลาดโลกได้ จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมาจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนารูปแบบ

การบริการที่มีลักษณะเฉพาะและหลากหลาย เพื่อตอบสนองผู้บริโภค โภคตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับโลก ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะสามารถยืนหยัดในสภาพแวดล้อมใหม่ที่มีการแข่งขันสูงได้นั้น จึงไม่ใช่ผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานราคาถูก หรือแหล่งเงินต้นทุนต่ำ แต่ต้องเป็นเจ้าของความคิดสร้างสรรค์ ที่สามารถเปลี่ยนปัจจัยการผลิตไปสู่องค์ประกอบใหม่ของสินค้าและบริการที่สามารถเอาชนะคู่แข่งได้

### 3. ขาดทรัพยากรและเงินทุน

ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน หรือการเข้าถึงแหล่งเงินทุนถือเป็นปัญหาในระดับต้นๆ ของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หรือขยายธุรกิจและการลงทุนไปต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อยเป็นไปได้ยาก ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ส่งผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง ปัจจุบันผู้ประกอบการขาดเงินทุนที่สามารถกู้ยืมเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง จากตัวเลขล่าสุดในปี พ.ศ. 2556 พบว่ามีเพียงร้อยละ 35 ของผู้ประกอบการ SMEs ที่สามารถได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงิน แต่ก็ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าบริษัทขนาดใหญ่ การปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการ SMEs ยังคงน้อยมาก เพราะมีปัญหาจากเจ้าหน้าที่ของธนาคาร ไม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจและผู้ประกอบการ SMEs อย่างแท้จริง จึงไม่กล้าปล่อยสินเชื่อ รวมทั้ง SMEs ส่วนใหญ่ไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีการจัดตั้งหลายหน่วยงานเพื่อสนับสนุนทั้งในการกู้ยืมและค้ำประกัน ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) และจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุน เช่น กองทุน SME แต่ขั้นตอนการขออนั้นค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลาค่อนข้างนานและมีเงื่อนไขที่ค่อนข้างมากในทางปฏิบัติ หรือในส่วนของกองทุนเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ของกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ก็เป็นการช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้ามากกว่า สนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เวลาเงินมากกว่าการลงทุนในเมืองไทย

ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กรมการท่องเที่ยวจะต้องหามาตรการสนับสนุนทางด้านเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว SMEs โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

#### 4. ขาดเครือข่าย

การพัฒนา SMEs ในปัจจุบันจากการสร้างเครือข่ายธุรกิจบริการท่องเที่ยวขนาดกลางและเล็ก เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ยังมีไม่มากเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่ได้จริง ๆ การที่ SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศทำให้มีการแข่งขันกันเองสูง ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจโรงแรมปัจจุบันประเทศไทยมีโรงแรมเปิดใหม่จำนวนมาก รวมถึงการมีเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ด้วย ส่งผลให้มีการตัดราคาห้องพักกันมาก หรือในส่วนของธุรกิจงานเที่ยวก็ประสบปัญหาการแข่งขันกันเองสูงเช่นกัน

โดยสรุปการเปิดตลาด AEC ส่งผลให้ภาคบริการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมีแนวโน้มแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะจากการคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2563 ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะกลายเป็นจุดหมายยอดนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก (มีส่วนตลาดเป็น 1 ใน 4 ของตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก) จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจบริการจากต่างชาติ มุ่งขยายการลงทุนเข้ามาในภูมิภาคอาเซียน เพื่อเตรียมรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาจำนวนมากนั้น อีกทั้งประเทศภายในภูมิภาคอาเซียนเอง ต่างเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแห่งใหม่ รวมถึงปรับปรุงภาคบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความพร้อมมากที่สุด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ของไทย ควรเร่งพัฒนาคุณภาพการให้บริการ โดยแสวงหาจุดยืนที่แตกต่าง จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อหาช่องว่างการให้บริการที่รายอื่นยังไม่สามารถตอบสนองได้ รวมถึงรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการอย่างดีที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไม่ยึดติดกับตราสินค้าที่มีชื่อเสียง หากแต่จะเลือกสรรบริการที่มีเอกลักษณ์ สร้างความประทับใจ ด้วยระดับราคาที่เหมาะสม รวมถึงชอบที่จะทดลองในสิ่งใหม่ๆ จึงเป็น โอกาสอันดีสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในการที่จะขยายส่วนแบ่งในตลาดบริการท่องเที่ยวของไทย ตลอดจนอาจก้าวเข้าสู่ตลาดอาเซียนได้ในระยะต่อไป (กรมการท่องเที่ยว, 2555)

การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดรัฐสุราษฎร์ธานี ภูมิภาคอาเซียน AEC นั้นต้องอาศัยพื้นฐานบุคลากรขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น จะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองและทีมงาน ไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่พร้อมจะเปิดรับการฝึกอบรมหรือพัฒนาทักษะการทำงาน บุคลิกภาพ ทัศนคติ ความรู้ความสามารถ โดยนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และต้องมีกระบวนการเรียนรู้ที่จะร่วมมือกับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อร่วมกันพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพ พร้อมก้าวสู่การเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน แต่ทั้งนี้จะต้องมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาในภาพรวม และช่วยกันธำรงรักษาไว้ซึ่งคุณค่าของทรัพยากรให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เมื่อมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เป็นสนับสนุนเช่นนั้นแล้วก็สามารถที่จะทำให้การพัฒนาผู้

ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดศรีสะเกษผู้ประกอบธุรกิจอาเซียน AEC มีประสิทธิภาพและทำให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียนได้เข้มแข็งและเกิดความยั่งยืน

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดิษย์ฐา กันทะแสน (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศในมุมมองด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการและแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการนำเที่ยว โดยแบ่งเป็นเป็นการเก็บข้อมูลสองส่วนจากนักท่องเที่ยวและจากผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในตัวแพ็คเกจนำเที่ยว ความสะดวก การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน ราคาของแพ็คเกจ โดยเน้นให้เหมาะสมและหลากหลายตามความต้องการของแต่ละบุคคล รวมถึงการเอาใจใส่และความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไทยโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการมีการพัฒนาตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ และยังพบว่าอีกว่าแนวทางที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนา คือ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาผู้นำเที่ยว เนื่องจากสามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายและไม่ต้องใช้งบลงทุนสูงมากนัก และสามารถทำให้เกิดความประทับใจและสร้างความแตกต่างให้แก่บริษัทได้

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา : โรงแรมบูติกกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอาเซียนที่ส่งผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ในคุณลักษณะคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า และศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอาเซียนตลอดจนเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน ผลการวิจัยว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอาเซียนที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก ในด้านคาดหวังประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านภูมิฐานะ และปัจจัยด้านรายได้ ส่วนในด้านการรับรู้ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการศึกษา ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านอัตราการเข้าพัก และปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวอาเซียนยังมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการสูงสุด โดยด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขเป็นอันดับแรกคือ คุณลักษณะด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอาเซียนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจต่อไป



**ฉัฐษสธรณ์ กาญจนศิลาพนธ์(2553)** วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม : กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน โดยใช้หลักความต้องการการพัฒนาตนเองของบุคลากร โรงแรมระดับปฏิบัติการแผนกบริการส่วนหน้า แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกแม่บ้าน งานบริการส่วนห้องพัก ในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและหัวหน้างาน เป็นตัวกำหนดทิศทางและมาตรฐานระดับชาติของบุคลากร โรงแรมในประเทศไทย และมาตรฐานด้านคุณลักษณะทั่วไปของบุคลากรในสถานประกอบการที่พักรวมผลการวิจัยพบว่า บุคลากรต้องการการพัฒนาในแต่ละด้านมากที่สุดดังนี้

1) มาตรฐานด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ การมีกิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย การพูดสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน มีความกระฉับกระเฉงว่องไวในการทำงาน และการวางตัวอย่างเหมาะสมถูกต้องตามกาลเทศะ

2) มาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม ได้แก่ การมีความอดทนอดกลั้น ควบคุมอารมณ์ได้ดี การปฏิบัติงานด้วยความละเอียดรอบคอบ และการมีวินัย ส่วนสิ่งที่สำคัญยิ่งต้องงานบริการคือการมีทัศนคติที่ดีต่องานนั้น บุคลากรเองยังมีความเห็นว่าได้รับการพัฒนาและส่งเสริมไม่มากพอ ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรควรหันมาให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

3) มาตรฐานด้านความรู้ ความสามารถทั่วไป ได้แก่ การมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและกฎหมายสิทธิพื้นฐานคุ้มครองผู้บริโภค การมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย สถานประกอบการที่พักรวม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์

4) มาตรฐานด้านความสามารถ/ ทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศนอกเหนือจากภาษาอังกฤษได้อย่างน้อย 1 ภาษา ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อการพัฒนาตนเองด้านความรู้และทักษะเฉพาะตำแหน่งจำแนกตามกลุ่มงานหลัก พบว่า แผนกบริการส่วนหน้า ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม และแผนกแม่บ้านและงานบริการส่วนห้องพัก ด้านที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาความรู้มากที่สุดคือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

**พัชรินทร์ กิระติวินิจกุล และคณะ (2553)** วิจัยเรื่อง ความต้องการการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรม ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ เขตกรุงเทพมหานคร

### ผลการวิจัยพบว่า

1. ความต้องการการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรม ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านทัศนคติ รองลงมาคือ ด้านความรู้ และด้านทักษะ อยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบความต้องการการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรม พบว่า 1) บุคลากรธุรกิจโรงแรมที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน 2) บุคลากรธุรกิจโรงแรมที่มีอายุและตำแหน่งในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพในภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน 3) บุคลากรธุรกิจโรงแรมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) บุคลากรธุรกิจโรงแรมที่มีประสบการณ์ในการทำงานโรงแรมต่างกัน มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 5) บุคลากรที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพ ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรม คือ ธุรกิจโรงแรมควรจัดให้บุคลากรได้รับการอบรมทั้งระยะสั้นและระยะยาว จัดให้มีการไปสัมมนาทุก 3 - 6 เดือน ในการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับสายงานที่ปฏิบัติ อาทิเช่น จัดให้เรียนภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง เรียนรู้การให้บริการที่ดี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น หรือจัดหาวิทยากร/ผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะด้านมาให้ความรู้แก่พนักงานในโรงแรม จัดให้พนักงานร่วมคิดร่วมจัดกิจกรรมตามความถนัดของตน และมีการจัดส่งไปศึกษาดูงานเพิ่มเติมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีการติดตามประเมินผลหลังจากที่ส่งไปอบรมหรือสัมมนาอย่างต่อเนื่อง

**จริยญา ณ พิภูฏ และคณะ (2552)** วิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย จากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สรุปผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้ดังนี้ คือจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพ ในด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ และด้านการบริหารและการจัดการจากกรณีศึกษาที่ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อรองรับการเปิดการท่องเที่ยวอาเซียน คือควรมีการเปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมด้วยความยินดี สร้างความมีเอกลักษณ์เฉพาะตนของแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคพื้นฐานที่มีมาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และให้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ โดยจะต้องมีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงในแหล่ง

ท่องเที่ยวอื่นๆ ควรมีสวนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่คอยอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตลอดจนรับเรื่องร้องเรียน หรือปัญหาจากการ ไม่ได้รับความสะดวกต่างๆ ตลอดจนมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้นก่อนส่งต่อโรงพยาบาลใกล้เคียงด้วยความรวดเร็ว

**นิสา อินตะสงค์ (2552)** ศึกษาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน+6 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในตลาดโลกของประเทศในกลุ่มอาเซียน +6 เพื่อหาความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน +6 และที่มาของสาเหตุการเปลี่ยนแปลงระดับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวว่าเป็นผลมาจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งเลือกใช้วิธีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) พบว่าการท่องเที่ยวของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก โดยมีประเทศออสเตรเลีย กัมพูชาและลาว เป็นคู่แข่งที่สำคัญ เนื่องจากมีค่า RCA ที่สูงกว่าประเทศไทย ขณะที่ประเทศมาเลเซีย นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ถึงแม้จะมีค่า RCA ต่ำกว่าประเทศไทย แต่ค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จึงเป็นคู่แข่งที่ควรพิจารณาด้วย

การวิเคราะห์ด้วยพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage : Dynamic RCA) ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกการท่องเที่ยวในทุกช่วงปี ยกเว้นช่วงที่ประสบกับภาวะการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในเอเชีย สงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา-อิรัก ในปี 2546 และเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยสึนามิในปี 2547 และต่อมาในช่วงปี 2548-2550 การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง ดังนั้น จึงถือได้ว่าประเทศไทยน่าจะกลับมาเป็นประเทศที่มีโอกาสและศักยภาพสูงอีกเช่นกัน โดยประเทศไทยมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย กัมพูชา นิวซีแลนด์ และสิงคโปร์

**พิศิฐ รัตนเขตกุล (2550)** วิจัยเรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยสู่การผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้ นโยบายการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวของไทย มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ได้แก่ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การเป็นผู้สนับสนุน การจัดทำวีดิทัศน์โฆษณา และการทำการโฆษณาผ่านweblog การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย ได้แก่ การให้ส่วนลด การให้บัตรส่งเสริมการขาย
- 2) ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการผลักดันการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการวางแผนครบทุกด้าน เช่น เงินทุน อุปกรณ์ บุคลากร สินค้าและบริการ
- 3) ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การชำระเงินonline การขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เครื่องมืออุปกรณ์และระบบเครือข่าย การขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร การคัด

ราคาระหว่างผู้ประกอบการ งบประมาณการจัดทำ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่ยังมองไม่เห็นความสำคัญด้านนี้

4) ข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่การสร้างร่วมมือระหว่างกัน สร้างพันธมิตรออนไลน์ การแสวงหาความรู้ ติดตามข่าวสารเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มองหาโอกาสทางการตลาดจากนวัตกรรมใหม่ๆ การผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและการบริการ รักษาภาพลักษณ์ตราสินค้าเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

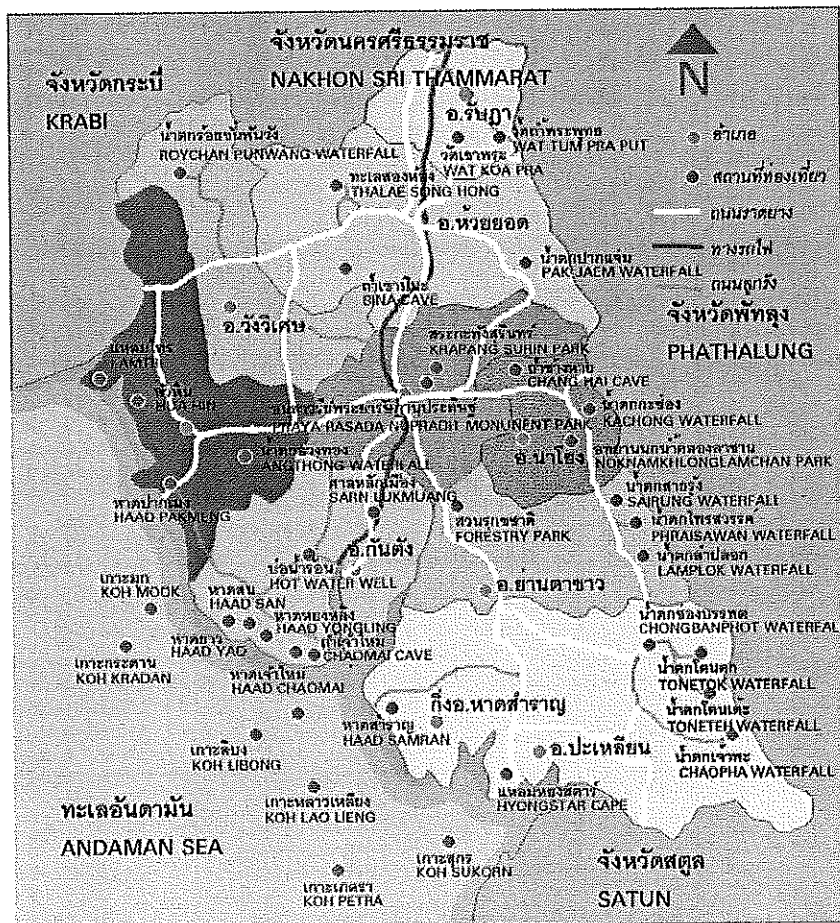
**ระพีพรรณ ทองห่อ (2548)** วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการทั้งองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากรบุคคล และทุนทางธรรมชาติที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นมาประสานและเกื้อกูลกัน ทั้งนี้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรส่วนท้องถิ่น องค์กรชาวบ้านและชุมชน ควรร่วมมือและประสานงานกันอย่างใกล้ชิดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทยได้อย่างครบวงจรและยั่งยืนตลอดไป

**Cornelius, Yolandi, และ Elmien (2009)** วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับบรรยากาศ ภูมิทัศน์บริการและในการเป็นจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยว Forever Resort ตั้งอยู่ใน Bela Bela ใน Limpopo Province แอฟริกาใต้ Bela Bela เป็นหนึ่งในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศ มีการสร้างรีสอร์ทต่างๆ บ้านพัก และสวนสาธารณะ การศึกษาวิธีการรับรู้ความน่าดึงดูดใจของบรรยากาศ ภูมิทัศน์บริการในหัวข้อที่แตกต่างกันระหว่างเพศชายและหญิง โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างความน่าจะเป็นจากกลุ่มตัวอย่าง 194 คน ผลการวิจัยพบว่า วิธีการรับรู้ความน่าดึงดูดใจของบรรยากาศภูมิทัศน์บริการในหัวข้อที่แตกต่างกันระหว่างเพศชายและหญิง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชายและหญิงไม่ได้แตกต่างกัน จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นยังกล่าวอีกว่าการศึกษานงานวิจัยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการรับรู้บรรยากาศและภูมิทัศน์บริการของแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่เกี่ยวกับปัจจัยทางเพศ

**Zapalska และ Brozik (2004)** ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาท และลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการโรงแรมในประเทศโปแลนด์ซึ่งเป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจโดยมาจากการวางแผนจากส่วนกลางไปยังตลาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ได้พิสูจน์ให้เห็นถึงความท้าทายอย่างมากสำหรับธุรกิจครอบครัวขนาดเล็กที่กำลังจะพัฒนาและเติบโตภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการของประเทศโปแลนด์ โดยผลการสำรวจทำให้ทราบว่าระดับสมรรถนะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาและประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับปานกลางสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการในประเทศโปแลนด์มีสมรรถนะ และสามารถใช้ประโยชน์จากสมรรถนะนั้นเพื่อนำมาปรับใช้ในสถานประกอบการได้อย่างทันสมัย ดังนั้นธุรกิจนำเที่ยวขนาดเล็กก็เช่นเดียวกันสามารถที่จะนำสมรรถนะที่มีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวให้มีประสิทธิผลต่อไป

จากงานวิจัยข้างต้นเป็นข้อมูลการศึกษาวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาองค์กร แนวโน้มทางการตลาด ตลอดจนบริบทพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว และยังเป็นการศึกษาที่สนับสนุนการศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังสู่อาเซียนอีกด้วย เนื่องจากเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการรวมกลุ่มเปิดเสรีทางการท่องเที่ยว ที่นำมาสู่การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนักและให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวและเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นแนวทางนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดตรัง และเป็นประโยชน์ทางการศึกษาหรือให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาจัดทำเป็นแผนพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ต่อไป

## 2.7 สภาพพื้นที่ทำการศึกษา



ภาพที่ 2.4 แผนที่จังหวัดตรัง

ที่มา : สำนักงานจังหวัดตรัง (2554,ออนไลน์)

จากภาพที่ 2.4 แสดงแผนที่จังหวัดตรังโดยที่จังหวัดตรังแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกันตัง อำเภอห้วยยอด อำเภอย่านตาขาว อำเภอปะเหลียน อำเภอสิเกา อำเภอวังวิเศษ อำเภอนาโยง อำเภอรัษฎา และอำเภอหาดสำราญรวมพื้นที่ 4,917 ตารางกิโลเมตร โดยมีพื้นที่ทิศเหนือติดกับ จังหวัดนครศรีธรรมราชและกระบี่ ทิศใต้ติดกับ จังหวัดสตูล ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดพัทลุง และทิศตะวันตกติดกับ จ.กระบี่และมหาสมุทรอินเดียอันเป็นแหล่งทรัพยากรอันทรงคุณค่าทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง คือการท่องเที่ยวทางทะเลอันดามัน

ตรัง หรือเมืองทับเที่ยง เป็นจังหวัดท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของภาคใต้ ในอดีตเคยเป็นเมืองท่าค้าขายกับต่างประเทศ และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมไปสู่จังหวัดนครศรีธรรมราช เมืองสิบสองนักษัตรในสมัยก่อน ตรังเป็นเมืองแรกที่มีต้นยางพารามาปลูก โดยพระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี นำพันธุ์มาจากมาเลเซียมาปลูกเป็นแห่งแรกของภาคใต้ เมืองตรังมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งน้ำตกและเกาะกลางทะเลอันดามันเป็นจำนวนมาก ภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง จากเชิงเขาบรรทัดลาดต่ำลงมาจนจรด ฝั่งอันดามัน ลักษณะพื้นที่เป็นควน (เนิน) สูงต่ำกระจายอยู่ทั่วไป มีแม่น้ำสำคัญได้แก่ แม่น้ำตรัง ซึ่งมีต้นกำเนิดจากเทือกเขาหลวง และแม่น้ำปะเหลียน ซึ่งมีต้นกำเนิดจากเทือกเขาบรรทัด และเป็นจังหวัดชายฝั่งมหาสมุทรอินเดีย มีฝั่งทะเลยาวเหยียดทางด้านตะวันตก มีเกาะในทะเลอันดามันอยู่ในการปกครองกว่า 46 เกาะ ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว คือ ระหว่าง เดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน (สำนักงานจังหวัดตรัง, 2556: ออนไลน์)

#### ตราประจำจังหวัดตรัง



#### ภาพที่ 2.5 ตราประจำจังหวัด

ที่มา : สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2554)

ภาพสะพานกระโจมไฟ หมายถึง จังหวัดตรังเคยเป็นเมืองท่าทำการค้าขายกับต่างประเทศ และภาพลูกคลื่น หมายถึง ลักษณะพื้นที่ของจังหวัดตรัง เป็นเนินเล็ก ๆ สูงๆ ต่ำๆ คล้ายลูกคลื่นดังแสดงใน ภาพที่ 2.5

### ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่เป็นเนินสูงๆ ต่ำๆ สลับด้วยเขาเล็กๆ กระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ค่อนข้างราบเรียบ มีจำนวนน้อยซึ่งใช้เพาะปลูกข้าว ทางทิศตะวันออกมีเทือกเขาบรรทัดยาวจากเหนือจดตอนใต้ และเป็นเส้นแบ่งเขตแดนจังหวัดตรังกับจังหวัดพัทลุง มีเนื้อที่ป่าเกือบร้อยละ 20 ของเนื้อที่จังหวัดส่วนใหญ่เป็นพื้นที่แล้งเทือกเขาบรรทัด ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย สภาพป่าเป็นป่าดิบชื้น มีป่าชายเลนสำหรับท้องที่ที่อยู่ติดชายทะเล และมีลำน้ำสำคัญๆ 3 สาย อันได้แก่ แม่น้ำตรัง ซึ่งมีต้นกำเนิดจากเขาวังหีบ เทือกเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช แม่น้ำปะเหลียน เกิดจากเทือกเขาบรรทัด เขตอำเภอปะเหลียน คลองกะลาเสและต้นน้ำ ที่เกิดจากควนปลวกร้อน ควนชะโน และควนน้ำแดง ชายแดนตรัง กระบี่ นอกจากนี้ยังมีลำห้วยบริวารที่คอยส่งน้ำให้อีกกว่า 100 สาย ทั้งยังมีชายฝั่งด้านตะวันตก ติดทะเลอันดามันที่ยาวถึง 119 กม. กับเกาะต่างๆ กระจายอยู่กว่า 46 เกาะ และป่าชายเลนที่ยังคงอยู่ในสภาพที่อุดมสมบูรณ์

### สภาพภูมิอากาศ

จังหวัดตรังได้รับมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม และลมมรสุม ตะวันตกเฉียงใต้ช่วง เดือนพฤษภาคม-กันยายนทำให้มีฝนตกตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 27.4 องศาเซลเซียส ส่วนช่วงเวลาที่อากาศเย็นสบาย จะอยู่ประมาณปลาย เดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนธันวาคม

### คำขวัญของจังหวัด

“เมืองพระยารัษฎา ชาวประชาใจกว้าง หมู่งยารสเลิศ ถิ่นกำเนิดยางพารา

เด่นสง่าดอกศรีตรัง ปะการังใต้ทะเล เสน่ห์หาดทรายงาม น้ำตกสวยตระการตา”

### ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดตรัง พ.ศ. 2557 – 2560

สำนักงานจังหวัดตรัง (2555) วิสัยทัศน์จังหวัดตรัง “ตรังเมืองแห่งความสุข” เป้าประสงค์รวมคือ

1. เมืองเกษตรยั่งยืน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งอันดามัน
2. เป็นสังคมดีและมีการศึกษาเรียนรู้อย่างมีคุณภาพ
3. ฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และสิ่งแวดล้อมที่ดี
4. ประชาชนมีขีดความสามารถ พร้อมก้าวสู่ประชาคมอาเซียน

ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด (ตามลำดับความสำคัญ) สำนักงานจังหวัดตรัง (2555)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : การสร้างฐานเศรษฐกิจของจังหวัด (ด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว) ที่มั่นคงและมีเสถียรภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : การเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม พัฒนาคุณภาพชีวิตและ การศึกษา เรียนรู้อย่างมีคุณภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : การบริหารจัดการฐานทรัพยากรให้ยั่งยืนและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : การเสริมสร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว ร้อยละ 5 /ต่อปี

จากการที่จังหวัดตั้งได้มีวิสัยทัศน์ให้ตรง “เมืองแห่งความสุข” ตั้งเป้าประสงค์ที่จะให้ตรงเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งอันดามัน จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์สำคัญประการแรกของพัฒนาจังหวัด คือ การสร้างฐานทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ ตั้งเป้าให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ สำนักงานจังหวัดตั้ง (2555)

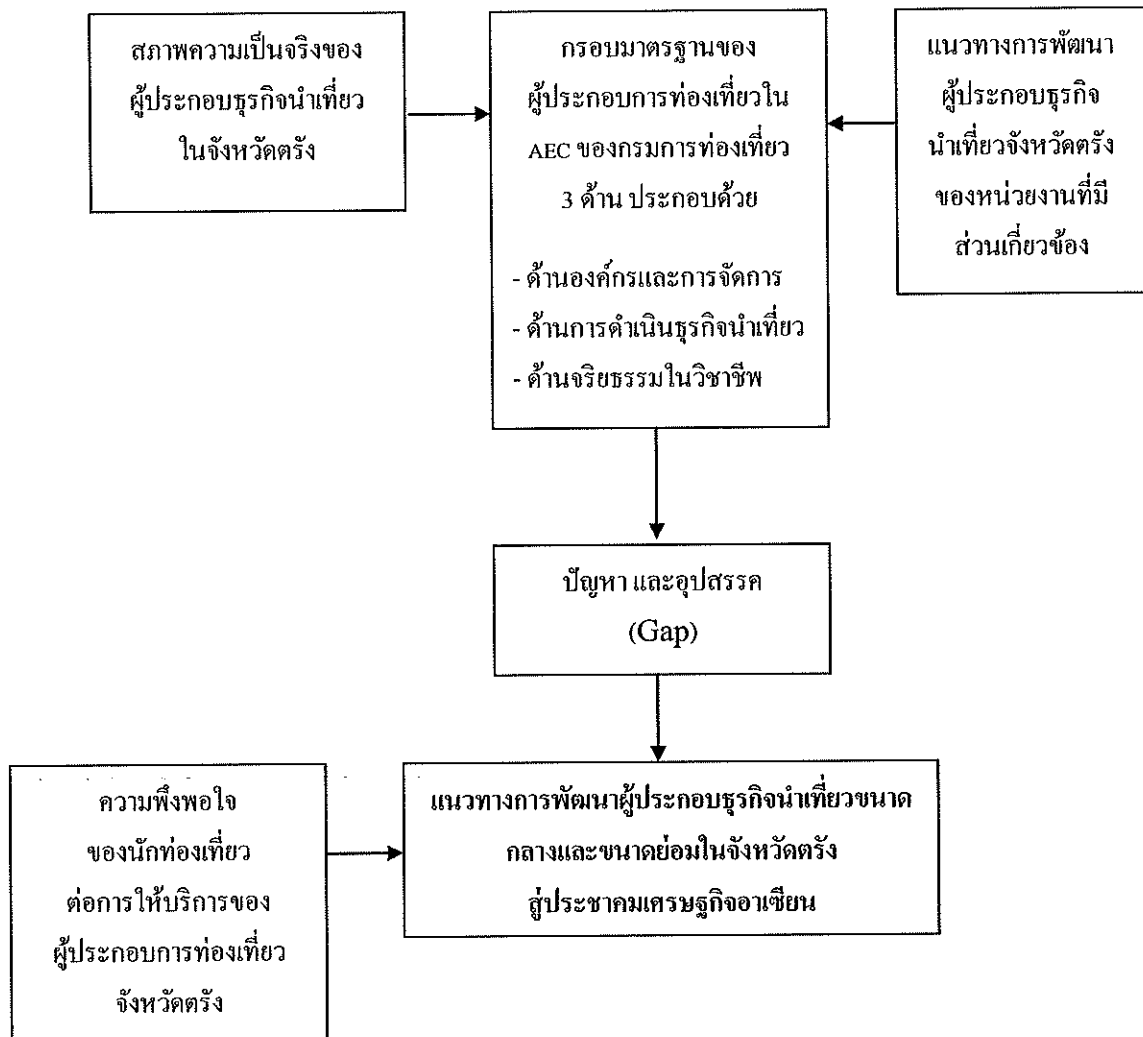
1. พัฒนาให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งอันดามัน
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวตลอดปี
3. สร้างความโดดเด่นของจังหวัดในการเป็นสถานที่จัดประชุมสัมมนาศึกษาดูงานและเป็นเมืองแห่งกีฬาและนันทนาการ
4. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ

ดังนั้นจังหวัดตั้งจึงมี โอกาสเติบโตและมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมากขึ้นในอนาคต อีกทั้งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในทุกปี และมีรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 6,000 ล้านบาทต่อปี จึงแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดตั้งจะต้องมีการพัฒนาองค์กรของตนเองให้มีประสิทธิภาพในแข่งขันและรองรับการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในอนาคต รวมถึงการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนอีกด้วย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวิจัยและศึกษาสภาพการดำเนินของผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ยังมีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อนำมา กำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตั้งสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ให้ผู้ประกอบการสามารถนำมาพัฒนาตนเองให้สามารถแข่งขันใน โลกรเสรีการท่องเที่ยวของอาเซียนได้ต่อไปในอนาคต



## 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย แสดงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรัง สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## บทที่ 3

### วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการที่จังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีรูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed research method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการที่จังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนรวม และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง และใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดตรัง โดยผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการศึกษาในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

##### 3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังในการให้บริการต่อลูกค้า ซึ่งสังเกตในประเด็นความพึงพอใจด้านมาตรฐานการบริการ อัน ได้แก่ สภาพบรรยากาศของพื้นที่ให้บริการ ป้ายและเอกสารแนะนำการบริการ รวมถึงการแนะนำสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2) แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะของคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

### 3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน ซึ่งได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวม เอกสาร วารสาร จุลสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน

## 3.2 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.1 ประชากรที่ศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังที่ได้จดทะเบียนไว้กับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และเป็นสมาชิกของสมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง จำนวนทั้งหมด 50 ราย (ข้อมูล ณ มกราคม 2558)

2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังทุกองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 5 องค์กร ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรัง สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง สมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง และชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดตรัง

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ปีพ.ศ.2555 จำนวน 1,137,961 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2555)

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังที่ได้จดทะเบียนไว้กับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และเป็นสมาชิกของสมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง จำนวนทั้งหมด 50 ราย (ข้อมูล ณ มกราคม 2558) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้มีประสบการณ์และความรู้ความสามารถในการทำธุรกิจท่องเที่ยวมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก รวมทั้งยินดีในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอยู่ที่ 15 คน ซึ่งเป็นกลุ่มหนึ่งในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจนกว่าจะเจอข้อมูลอิ่มตัว

ตารางที่ 3.1 จำแนกกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายเที่ยว

ลำดับ ที่	ลักษณะการดำเนินงาน	ประสบการณ์ ทำงาน (ปี)	สถานที่ตั้ง
1.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง ของตัว เครื่องบิน ให้บริการเรือสำเภาเที่ยว	15	มีสำนักงานย่านสถานี รถไฟตรัง
2.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง บริการ ของตัวเครื่องบิน	6	มีสำนักงานย่านสถานี รถไฟตรัง
3.	จำหน่ายเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง ให้บริการ รีสอร์ทที่พัก	14	มีสำนักงานย่านสถานี รถไฟตรัง
4.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง	20	ไม่มีสำนักงาน
5.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง ของตัว เครื่องบิน ให้บริการเรือสำเภาเที่ยว และบริการรถ เช่า	25	มีสำนักงานย่านสถานี รถไฟตรัง
6.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง	8	ไม่มีสำนักงาน
7.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง	15	ไม่มีสำนักงาน
8.	จำหน่ายเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง ให้บริการเรือ สำเภาเที่ยว	15	มีสำนักงาน ณ ท่าเรือหาด ปากเมง
9.	จำหน่ายเที่ยวจังหวัดตรังและจังหวัดใกล้เคียง ให้บริการเรือสำเภาเที่ยว	9	มีสำนักงาน ณ ท่าเรือหาด ปากเมง
10.	จำหน่ายเที่ยวในตรังและจังหวัดใกล้เคียง บริการ ของตัวเครื่องบิน รถรับส่ง และขายตั๋วโดยสาร รถตู้	8	มีสำนักงานย่านสถานี รถไฟตรัง
11.	จำหน่ายเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง ให้บริการ รีสอร์ทที่พัก	7	มีสำนักงานในตัวเมือง ตรัง
12.	จำหน่ายเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง	7	สำนักงานที่บ้าน อ.กันตัง
13.	จำหน่ายเที่ยวจังหวัดตรังและจังหวัดใกล้เคียง บริการของตัวรถตู้โดยสารระหว่างจังหวัด	7	สำนักงานย่านสถานีรถไฟ ตรัง
14.	จำหน่ายเที่ยวทั่วประเทศ ให้บริการเช่าเหมารถทัวร์	10	สำนักงานที่บ้าน อ.กันตัง

ตารางที่ 3.1 จำแนกกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

ลำดับ ที่	ลักษณะการดำเนินงาน	ประสบการณ์ ทำงาน(ปี)	สถานที่ตั้ง
15.	จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ตรง ทางค่าน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและชุมชน	7	สำนักงานที่บ้าน อ.เมือง ตรัง

2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังทุกองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 5 องค์กร โดยผู้วิจัยจะจงเลือกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือตัวแทนที่มีบทบาทสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง ได้แก่ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรังหรือผู้แทน ผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรังหรือผู้แทน นายกองจัดการบริหารส่วนจังหวัดตรังหรือผู้แทน นายกสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดตรังหรือผู้แทน และประธานชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดตรังหรือผู้แทน ซึ่งแต่ละองค์กรก็มีอำนาจหน้าที่ที่แตกต่างกันไปทั้งในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากร การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ตารางที่ 3.2 จำแนกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ลำดับที่	องค์กร	ลักษณะการดำเนินงาน	ผู้บริหาร
1.	ประธานสภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัดตรัง (ภาคเอกชน)	ดูแลนโยบายด้านการท่องเที่ยว ของจังหวัดโดยภาพรวม โดยมี สมาคม ชมรม และหน่วยงาน ต่างๆของภาคเอกชนที่อยู่ในการ ดูแล	ประธานสภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัดตรัง
2.	สมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง (ภาคเอกชน)	ประสานงานกับสมาชิกของ สมาคมหรือผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมด้าน กิจกรรมทางการตลาด ข่าวสาร และพัฒนาผู้ประกอบการ	นายกสมาคมการ ท่องเที่ยวและ โรงแรม จังหวัดตรัง

ตารางที่ 3.2 จำแนกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	องค์กร	ลักษณะการดำเนินงาน	ผู้บริหาร
3.	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง (ภาครัฐ)	ดูแลด้านพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งจังหวัด ทั้งแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง
4.	องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง (ภาครัฐ)	ดูแลด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์	นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง
5.	ชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดตรัง (ภาคเอกชน)	ประสานงานสมาชิกและมัคคุเทศก์ภายในจังหวัดตรัง เพื่อร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นหน่วยสนับสนุนของผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	ประธานชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดตรัง

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง จากสถิตินักท่องเที่ยวปี พ.ศ.2555 จำนวน 1,137,961 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2555 : ออนไลน์) ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากนักท่องเที่ยว นำมาเทียบตามสูตรของ Taro Yamane ที่ค่าความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้  $\pm 5$  เปอร์เซนต์ โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

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

- เมื่อ
- n = จำนวนตัวอย่าง
  - N = จำนวนประชากรทั้งหมด
  - e = ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดให้มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดตรัง ไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งสัดส่วนออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 200 ตัวอย่าง เพื่อให้เห็นความแตกต่างในการเปรียบเทียบ โดยเป็นการเก็บตามสถานที่ต่างๆ ตามตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 การเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว

สถานที่	นักท่องเที่ยวชาวไทย (ชุด)	นักท่องเที่ยวต่างชาติ (ชุด)
ท่าเรือหาดปากเมง	120	60
ย่านถนนคนเดินสถานีรถไฟ	10	40
ร้านเค้กขนิษฐา	25	50
สนามบิงตริง	35	40
ร้านต้มยำ (อาหารเช้า)	10	10
รวม	200	200

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การศึกษาแบบผสมวิธี (Mixed methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน

3.3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยมีประเด็นสัมภาษณ์ ดังนี้

- (1) ความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานองค์กร
- (2) สถานการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรัง
- (3) แนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในปัจจุบันสู่การแข่งขันในยุคของการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

(4) การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวและสมรรถนะของผู้ประกอบการในอาเซียน

(5) ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดันการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

(6) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 15 ราย ให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ต่างๆช่วยการบันทึกการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วนสมบูรณ์ โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. สภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน
2. สถานะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต
3. การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเติบโตในยุคการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยว

ในภูมิภาคอาเซียน

4. มาตรฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยว
5. ข้อเสนอแนะต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2. แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นการสังเกตการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยผู้วิจัยเฝ้าสังเกตเก็บข้อมูลโดยไม่เข้าไปร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของผู้ประกอบการ แต่ผู้วิจัยได้ใช้กรอบในการสังเกตเบื้องต้นดังต่อไปนี้

1. สภาพบรรยากาศของสถานประกอบการ ทั้งด้านเอกสารแนะนำสินค้าและบริการป้ายชื่อสำนักงาน การคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ
2. การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ การแต่งกาย การต้อนรับ การดำเนินที่ระเบียบแบบแผนมีระบบการปฏิบัติที่ชัดเจน และมีนโยบายในการดำเนินงาน
3. สื่อในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ทั้งสื่อที่อยู่ในรูปแบบเอกสารหรือป้ายโฆษณา หรือสื่อออนไลน์ในระบบอินเทอร์เน็ต หรือโซเชียลเน็ตเวิร์คต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้า หรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ กับผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง

3.3.2 การใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยปรับปรุงขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของกวิณ วงศ์ลีดีและคณะ (2554) เนื่องจากเป็นแบบสอบถามที่มีการรายงานค่า Cronbach's alpha ที่ 0.81 โดยแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended question) แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้



ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

จังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

ตอนที่ 4 ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของ

จังหวัดตรัง

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็น

แบบปลายเปิด (Open-ended question)

การให้คะแนนนั้นผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการให้คะแนนตามมาตรวัด ดังนี้

ระดับ	5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับ	4	หมายถึง	พึงพอใจ
ระดับ	3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ	2	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
ระดับ	1	หมายถึง	ไม่พึงพอใจมากที่สุด

### 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามโดยดำเนินการดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามจากงานของกวิน วงศ์ลีดีและคณะ (2554) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม แล้วนำข้อเสนอแนะต่างๆมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามนั้น

3.4.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว ไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 30 ชุด และชาวต่างชาติจำนวน 30 ชุดเพื่อทดสอบความชัดเจน ถูกต้อง และเหมาะสมของคำถาม เพื่อพิจารณาความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหา แล้วนำผลที่ได้มาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ ตลอดจนเนื้อหาที่มีความถูกต้องเหมาะสมและเข้าใจง่ายขึ้น

3.4.3 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบก่อน (Pre-test) โดยนำไปใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่นจากโปรแกรมสำเร็จรูป แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ได้ค่า Cronbach's Alpha สำหรับแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมทั้งฉบับที่ 0.74 และได้ค่า Cronbach's Alpha สำหรับแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวมทั้งฉบับที่ 0.71

และนำผลที่ได้มาตรวจสอบ ปรับปรุงให้มีความเหมาะสมให้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ก่อนการนำไปเก็บข้อมูลจริง

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสัมภาษณ์โดยดำเนินการดังนี้

3.4.4 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม ทดสอบความชัดเจนของคำถาม พิจารณาความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหา แล้วนำผลที่ได้มาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อให้เนื้อหา มีความถูกต้องเหมาะสมและเข้าใจง่ายขึ้น แล้วนำข้อเสนอแนะต่างๆมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามนั้น

3.4.5 นำผลที่ได้จากการพิจารณาแก้ไขของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ มาปรับปรุงให้มีความถูกต้องเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย เพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ก่อนการนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยมีการตัดคำถามและปรับเปลี่ยนในแบบสัมภาษณ์ออก 5 ข้อ เนื่องจากความไม่ชัดเจนของคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อปรับปรุงให้มีความกระชับและมีภาษาที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น

### 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) คือการนำข้อมูลที่ได้จากศึกษาค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนการข้อมูลทางวิชาการ วารสาร ตีพิมพ์ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย มาวิเคราะห์และรวบรวมเพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์การวิจัย

3.5.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) คือการนำแนวคิด ทฤษฎีการจัดการจัดการท่องเที่ยว รวมกับแนวคิดทางการตลาด ตลอดจนแนวคิดในเรื่องของการพัฒนาประสิทธิภาพของสินค้าบริการ ตลอดจนแนวคิดด้านธุรกิจท่องเที่ยวในอาเซียน เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมของธุรกิจท่องเที่ยว

3.5.3 การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ตามหัวข้อที่ได้กำหนดไว้ เพื่อขอเข้าพบผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยอธิบายถึงวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดบุคคลหรือองค์กร หรือตัวแทนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไว้แล้ว

3.5.4 การใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว เป็นการข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยผู้วิจัยเดินทางไปเก็บข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยว หรือจุดบริการนักท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ สนามบินตรัง ท่าเรือหาดปากเมง สถานีรถไฟตรัง เป็นต้น โดยการ

อธิบายวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการวิจัยเพื่อความเข้าใจง่ายและกระชับ จากนั้นขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ผลเพื่อนำไปประกอบการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในขั้นถัดไป โดยเป็นการเลือกเก็บตามโควตาที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ หลังจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และได้นำแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ถอดเทปเสียงหรือวิดีโอ ทำดัชนีข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แล้วพิจารณาความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ทำความเข้าใจเนื้อหาในแต่ละประเด็นวิเคราะห์ตามสภาพความเป็นจริงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับงานวิจัย จากนั้นสรุปรายงาน

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่นๆ โดยอาจมีการแบ่งประเภทตามเนื้อหาของเอกสารแล้วเปรียบเทียบเนื้อหาประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งนี้ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นการวิเคราะห์ข้อมูล เอกสารนั้นมิได้สนใจเพียงแต่ข้อความที่ปรากฏในเอกสาร หากทว่าพยายามค้นหาและตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้นอีกด้วย โดยอาศัยข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ด้วยวิธีการอื่นหรือข้อมูลภูมิหลังสภาพแวดล้อมอื่นๆ มาประกอบการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูลในเอกสาร (เอี่ยมพร หลินเจริญและคณะ, 2552) ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาโดยทั่วไป มีการดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร เป็นการกำหนดให้ชัดเจนว่าผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารอะไร ประเภทใด มาทำการวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยจะต้องตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นสำหรับการคัดเลือกเอกสาร และหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์ให้ชัดเจน โดยอาจใช้ช่วงระยะเวลาปีที่พิมพ์หรือบันทึก แหล่งเผยแพร่ และลักษณะการเผยแพร่ เป็นต้น การกำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสารที่ชัดเจนจะมีประโยชน์มากในกรณีที่มีบุคคลอื่นมาทำการวิเคราะห์ จะทำให้เลือกเอกสารได้ตรงกัน

ขั้นตอนที่ 2 วางเค้าโครงการวิเคราะห์เป็นการจัดระบบการจำแนกคำหรือข้อความในเนื้อหาสาระของเอกสารซึ่งผู้วิเคราะห์ควรจัดระบบการจำแนกให้ชัดเจนว่าจะจำแนกโดยใช้คำหรือข้อความใดบ้างระบบ การจำแนกที่ชัดเจนนี้จะช่วยให้ผู้วิเคราะห์สามารถที่จะนำเนื้อหาใดมาวิเคราะห์และจะตัดเนื้อหาใดออกไป ทั้งนี้การกำหนดระบบการจำแนกควรจำแนกโดยการพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ต่อไปนี้ คือ

1) การจำแนกควรสอดคล้องกับปัญหา วัตถุประสงค์ของตัวแปรในการวิจัย  
 2) การจำแนกควรมีความครอบคลุม คำหรือข้อความที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นระบบในการจำแนกควรมีความครอบคลุมคำหรือข้อความอื่น ๆ ที่มีอยู่ในเอกสารเพื่อให้สามารถนำมาลงรหัส แจงนับ ได้ถูกต้องภายใต้คำหลักในการจำแนก

3) การจำแนกควรใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน เช่น การจำแนกโดยใช้ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ เวลา และสถานภาพ เป็นต้น ซึ่งการใช้หลักเกณฑ์เดียวกันในการจำแนกจะมีประโยชน์ป้องกันการซ้ำซ้อนกันของคำหรือข้อความที่จะปรากฏเมื่อทำการแจงนับ

4) การจำแนกควรมีระบบที่เด่นชัด ไม่ควรมีคำซ้ำซ้อนกันระหว่างข้อความที่จะนำไปแจงนับภายใต้ ระบบการจำแนกแต่ละครั้ง

ขั้นตอนที่ 3 พิจารณาเงื่อนไขแวดล้อม (Context) ของข้อมูลเอกสารเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลเอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง มีความครอบคลุมมากที่สุด โดยลักษณะของข้อมูลที่จะพิจารณา ได้แก่ แหล่งที่มาของข้อมูล ช่วงเวลาของการบันทึกข้อมูล ผู้รับข้อมูลหรือบุคคลที่ผู้บันทึกข้อมูลประสงค์จะส่งข้อมูลถึง และแหล่งเผยแพร่ข้อมูล ลักษณะเหล่านี้ของข้อมูลจะช่วยให้ผู้วิเคราะห์ข้อมูลสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงอธิบายข้อมูลในเอกสารได้ดีขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนับความถี่ของคำหรือข้อความที่จำแนกไว้ภายใต้ระบบ การจำแนกที่กำหนดไว้หลังจากนั้น ก็ทำการวิเคราะห์เชื่อมโยง สรุปบรรยายข้อมูลที่จำแนกได้ อ้างอิงไปสู่ข้อมูล ทั้งหมดในเอกสารนั้นๆ

3.6.2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical package for the social sciences for windows) เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) มีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ ผู้ศึกษาได้แบ่งอันตรายขั้นเพื่อกำหนดขอบเขตในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ธีระวุฒิ เอกะกุล, 2543)

$$\begin{aligned} \text{อันตรายขั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงระดับคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของการของระดับความเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง และความพึงพอใจในการให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ผู้วิจัยใช้ t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed methods research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง จำนวน 400 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังทุกองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน มีผลการวิจัยตามหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

- 4.1 ผลจากการเก็บข้อมูล โดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
- 4.2 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง
- 4.3 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนำเที่ยว
- 4.4 ผลจากการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

#### 4.1 ผลจากการเก็บข้อมูล โดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ในส่วนของการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นการสังเกตการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยผู้วิจัยเฝ้าสังเกตเก็บข้อมูลโดยไม่เข้าไปร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของผู้ประกอบการ ณ ย่านการท่องเที่ยวสถานีรถไฟตรัง ท่าเรือหาดปากเมง และสนามบินตรังจำนวน 3 ครั้ง ซึ่งจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. สภาพบรรยากาศของสถานประกอบการในจังหวัดตรังแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบคือ แบบที่ 1 คือ มีหน้าร้านและสถานที่ติดต่อชัดเจน มีพนักงานประจำสำนักงาน ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตัวเมืองย่านสถานีรถไฟและท่าเรือหาดปากเมงทำให้การเดินทางไปติดต่อมีความสะดวกสบาย มีป้ายบอกชื่อสำนักงาน ซึ่งมักจะเป็นสำนักงานที่มีขนาดเล็กมีพนักงานเพียง 1-5 คนเท่านั้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่เอื้อต่อการทำงานของพนักงานได้ในระดับหนึ่ง และแบบที่ 2 คือ มีชื่อในเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดตรัง แต่ไม่มีที่อยู่ของสำนักงานที่สามารถติดต่อได้ชัดเจน เพราะมักจะใช้บ้านเป็นสถานที่ทำงาน และมีหน้าร้านผ่านสื่อออนไลน์ และทางโทรศัพท์ เท่านั้น โดยการติดต่อประสานกับนักท่องเที่ยวก็ใช้ช่องทางต่างๆ และนักท่องเที่ยวมักเจอพนักงานหรือทีมงานของบริษัทในวันที่จะเดินทางเท่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนมีที่อยู่ที่ไม่ได้อยู่ในเขตตัวเมือง หรืออาศัยอยู่ตามอำเภอต่างๆ

2. การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว เจ้าของคนเดียว และเจ้าของก็เป็นผู้ให้บริการเองเป็นส่วนใหญ่อาจมีพนักงานเป็นผู้ช่วยบ้างในบางครั้ง จึงสามารถให้การต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีเนื่องจากมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงานมาอย่างยาวนาน การดำเนินงานอาจจะไม่มีการเขียนแบบแผนที่ชัดเจนมากนักสามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ ส่วนนโยบายในการปฏิบัติงานต่างๆก็ขึ้นอยู่กับตัวเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียวเท่านั้นที่จะเป็นผู้กำหนด

3. สื่อที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเลือกใช้ส่วนใหญ่ เป็นการโฆษณาโดยผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆทางการท่องเที่ยว และยังมีการใช้ช่องทางเฟสบุ๊คควบคู่กันไปอีกด้วยเนื่องจากสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก ทั้งยังมีความรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีการใช้ไลน์ในการติดต่อประสานงานต่างกับนักท่องเที่ยวและใช้ในการทำงานอีกด้วย จากการสังเกตผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะใช้สื่อออนไลน์กันเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่ได้ใช้ช่องทางดังกล่าวอย่างเต็มที่ ในการลงข่าว ข้อมูลทางการท่องเที่ยว โฆษณาโปรโมชันต่างๆยังมีอยู่น้อย

นอกจากนี้เองผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังใช้สื่อประเภทใบปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ควบคู่กันไปด้วยซึ่งมักจะเป็นการโฆษณาหรือติดประกาศ ณ จุดขายหรือจุดให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ภาพถ่าย ที่พักแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และอื่นๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจนักท่องเที่ยวรวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบการด้วย ทั้งยังมีการโรดโชว์ หรือออกบูธในงานมหกรรมท่องเที่ยวต่างๆ หรือการโรดโชว์สัญจร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและทราเวลเอเจนซี่ต่างๆให้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดจริงอีกด้วย

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว มีการสอบถามความเป็นอยู่ การกล่าวทักทายด้วยความเป็นกันเองและผู้ประกอบการให้บริการด้วยความเต็มใจ เป็นมิตร นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ และในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง จะอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่มธุรกิจ ในสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดจริง เพื่อร่วมมือกันส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดและพัฒนาผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวด้วยกันเอง อย่างเช่น การขายทัวร์ร่วมกัน การส่งเสริมการตลาดร่วมกัน และการช่วยเหลืออื่นๆที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบที่เป็นทางการแต่จะเป็นการพึ่งพาอาศัยระหว่างกันเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ยังมีการแข่งขันกันทางธุรกิจกันอย่างเข้มข้นด้วยการขายตัดราคา ซึ่งอาจทำให้เสียภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว และอาจทำให้คุณภาพของสินค้าบริการลดลงด้วย จึงควรหาแนวทางการแก้ไขต่อไป

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในประเด็นสภาพบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ สื่อที่ใช้ในการทำธุรกิจ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีการทำงานเป็นระบบครอบครัวหรือเครือญาติ มิไม่มีการเขียนแบบแผนการทำงานที่ชัดเจนแต่จะอาศัยการทำงานจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ใช้สื่อ

ประเภทต่างๆเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือกัน โดยมีการให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองดูแลอย่างทั่วถึง นักท่องเที่ยวเองก็มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบการ ซึ่งหากผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาในจุดอ่อนที่มีอยู่เชื่อว่าจะทำให้ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

#### 4.2 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

##### 4.2.1 การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2558

###### 1. ความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานองค์กร

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ก่อตั้งขึ้น เมื่อมีพ.ศ.2545 แบ่งออกเป็น 3 หน่วยงานหลัก กรมการท่องเที่ยว กรมพลศึกษา และสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว ซึ่งในส่วนงานด้านการท่องเที่ยวมีหน้าที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก มีสำนักงานอยู่ในทุกจังหวัดขึ้นตรงกับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาดูแลในภาพรวมของการท่องเที่ยว ไม่มีตำแหน่งประจำสำนักงาน แต่มีลูกจ้างเหมาในส่วนเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว

###### 2. สถานการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรังเป็นอย่างไร

สำนักงานท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดตรังมองว่า “มีแนวโน้มว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น” จากขีดจำกัดในการรับนักท่องเที่ยวของกระบี่และภูเก็ต ทำให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้าสู่จังหวัดตรังมากขึ้นอีกทั้งจังหวัดตรังเองก็เป็นเมืองท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ไร้การปรุงแต่งเหมือนเมืองท่องเที่ยวหลัก ซึ่งอาจจะมีเสน่ห์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น รวมถึงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ส่งเสริมให้ตรังเป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 1 ใน 12 เมืองต้องห้ามพลาต โดยใช้ชื่อว่า “ยุทธจักรแห่งความอร่อย ก็คิดว่าจะเป็น โอกาสที่ดีของจังหวัดตรังในอนาคต” ซึ่งปัจจุบันจังหวัดตรังเองได้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรังเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว โดยมีหน้าที่ดูแลประสานงานกับหน่วยงานและผู้ประกอบการทั้งหมดด้านการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง และในอีกประเด็นสำคัญคือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในการดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งทางสำนักงานมองว่า “ขาดความรู้ในการบริหารจัดการแหล่งเที่ยว” ทางสำนักงานจึงได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้ความรู้ จัดทำแผนพัฒนา และประสานการของบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งเที่ยวต่อไป

###### 3. แนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในปัจจุบันสู่การแข่งขันในยุคของการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

“สำนักงานไม่ได้กำหนดคน นโยบายหรือวางแผนการพัฒนาที่เฉพาะเจาะจงเรื่องของ AEC แต่จะส่งเสริมพัฒนาในภาพรวม” เช่นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหาร



จัดการท่องเที่ยว การศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เน้นการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวมากกว่าการเน้นพัฒนาบุคลากรเพียงด้านเดียว ซึ่งทางสำนักงานฯ ได้ให้ข้อมูลว่า “หากเป็นในส่วนบุคลากรในอาชีพท่องเที่ยวก็จะเป็นมีศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานเป็นผู้ให้การฝึกอบรมอยู่ในบางส่วน” ในส่วนของทางสำนักงานฯ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดอบรมประเมินมาตรฐานฮาลาลรองรับ AEC และการอบรมภาษาอังกฤษ เป็นต้น

4. การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวและสมรรถนะของผู้ประกอบการในอาเซียน

“ทางสำนักงานฯ ยังไม่รายละเอียดโครงการดังกล่าว แต่จะมีเจ้าหน้าที่จากกรมการท่องเที่ยวลงพื้นที่จังหวัดตรงมาให้การอบรมด้านมัคคุเทศก์ แต่ยังไม่มีการอบรมหรือความรู้ด้านมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว แต่หากได้รับการประสานงานจากทางผู้ประกอบการหรือสมาคมการท่องเที่ยว ทางสำนักงานเองก็พร้อมให้การสนับสนุน โดยจะเชิญเจ้าหน้าที่วิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวมาจัดการฝึกอบรมและให้ความรู้ได้เช่นกัน”

5. ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดันการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ทางสำนักงานฯ มองว่า “การรวมตัวกันผู้ประกอบการยังไม่มี ความเข้มแข็งมากนัก คณะกรรมการในสมาคมการท่องเที่ยวที่เป็นผู้ดูแลผู้ประกอบการอยู่ยังไม่ได้อุทิศตัวเอง หรือเสียสละทำงานเพื่อสมาคมอย่างเต็มกำลังความสามารถมีเพียงบางส่วนเท่านั้นซึ่งจะเป็นคณะกรรมการคนเดิมๆ” ที่พร้อมให้ความร่วมมือมาตลอดแต่ขาดการสนับสนุนจากคณะกรรมการหรือผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้าร่วมในโครงการต่างๆ ที่ทางสำนักงานฯ จัดขึ้น ซึ่งในทุกครั้งทางสมาคมฯ ก็จะทำให้ความร่วมมือด้วยดีแต่จำนวนผู้เข้าร่วมยังน้อยอยู่

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ “ควรศึกษาแนวโน้มทางการท่องเที่ยวว่าไปในทิศทางใด เพื่อสามารถทำการตลาดได้ถูกต้องตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงรยายบรรณในงานอาชีพ จะต้องไม่เอาर्डเอาเปรียบนักท่องเที่ยว” มีการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นต้นทุนในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการเองโดยที่ไม่ได้ลงทุน และการบริการของผู้ประกอบการควรยกระดับมาตรฐานการบริการ ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก มาตรฐานความปลอดภัยของที่พักร้านอาหาร รถนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ให้ดีกว่าเดิมเพื่อลดการแข่งขันการจากกลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดใกล้เคียงที่มีมาตรฐานดีกว่า

4.2.2 ชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดตรัง โดยประธานชมรมมัคคุเทศก์ เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2558

1. ความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานองค์กร

ชมรมมัคคุเทศก์ก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณ 15 ปี ที่ผ่านมา เกิดจากการรวมกลุ่มกันของมัคคุเทศก์รุ่นแรกๆ ในจังหวัดที่มีการอบรมมัคคุเทศก์เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในจังหวัดตรัง โดยจะมีการ

เลือกตั้งประธานชมรมและคณะกรรมการทุกๆ 2 ปี “ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของมัคคุเทศก์ในจังหวัดตรงในการติดต่อประสานงานต่างๆ เรื่องการท่องเที่ยว ตลอดจนประสานความร่วมมือในการฝึกอบรมภาษา บัทรโกลด์ ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน”

## 2. สถานการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรงเป็นอย่างไร

ทางชมรมมัคคุเทศก์มองว่า “สถานการณ์ในปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอันเนื่องมาจากสภาพความไม่แน่นอนของดินฟ้าอากาศ เพราะการท่องเที่ยวในจังหวัดนักท่องเที่ยวมองว่าเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางทะเล แต่ความจริงแล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางบกอีกเป็นจำนวนมาก อีกทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน” แต่ทั้งนี้ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาก็มีสัญญาณอันดีว่าจะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตรงเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับแล้วจังหวัดตรงเป็นเพียงเมืองท่องเที่ยวที่ไม่ใหญ่มากแต่มีจำนวนผู้ประกอบการที่ขายรายย่อยจำนวนมาก ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเองมีมากขึ้นซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วย

## 3. แนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในปัจจุบันสู่การแข่งขันในยุคของการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

ทางชมรมมัคคุเทศก์ “ให้ความสำคัญกับการทำงานในหน้าที่ของมัคคุเทศก์เป็นอย่างมาก เพราะมัคคุเทศก์เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานของผู้ประกอบการว่าจะสามารถสร้างพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้หรือไม่” โดยทางชมรมได้ตระหนักในเรื่องดังกล่าวและให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ทั้งเรื่องการให้บริการ การให้ความรู้ และความสามารถของมัคคุเทศก์ โดยอนาคตอาจจะมีการร่วมมือกับผู้ประกอบการเพื่อร่วมมือกันพัฒนาบุคลากรในด้านนี้ให้เพิ่มมากขึ้น

## 4. การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวและสมรรถนะของผู้ประกอบการในอาเซียน

“ยังไม่แน่ใจส่วนข้อมูลด้านกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวว่าเป็นอย่างไร แต่เบื้องต้นได้มีการฝึกอบรมภาษาเป็นกลุ่มเล็กๆ ไม่เป็นทางการ” และมีการอบรมมัคคุเทศก์ทางทะเลชายฝั่งที่สามารถนำเที่ยวได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่ทางทะเล ในส่วนตัวมองว่า “มาตรฐานในปัจจุบันของผู้ประกอบการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพราะผู้ประกอบการมีประสบการณ์และเส้นทางท่องเที่ยวก็เป็นเส้นทางๆ เดิมไม่ได้มีอะไรเปลี่ยนแปลงมากนัก” ซึ่งมองว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็มีจรรยาบรรณในวิชาชีพและมีการปลูกฝังการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

## 5. ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดันการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ทางชมรมมัคคุเทศก์มองว่า “ผู้ประกอบการยังไม่สามารถรวมกลุ่มกันได้อย่างจริงจังมีการแบ่งแยกเป็นกลุ่มย่อยๆ หลากๆ กลุ่ม ทำให้ยากต่อการพัฒนาหรือเสนอความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการ

ท่องเที่ยวมากนัก” และยังมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆที่ยังไม่มีประสบการณ์มากนัก เข้าทำงานด้านนี้ซึ่งอาจทำให้เสียภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยขั้นพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ “ซึ่งทางชมรมเองก็จะคอยสอดส่องดูแลในเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน”

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

“ต้องการให้ผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง เพื่อพัฒนามาตรฐานการบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมด เพื่อลดปัญหาการแข่งขันเรื่องราคา แต่เน้นคุณภาพการบริการให้มากขึ้น เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต”

#### 4.2.3 สถานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรัง และสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดตรัง

โดยประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรังและนายกสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดตรัง เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2558

##### 1. ความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานองค์กร

สมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2547 โดยสมาคมเป็นสมาชิกของสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย คณะกรรมการมีวาระดำรงตำแหน่งครั้งละ 2 ปี “มีหน้าที่รวบรวมสมาชิกให้เป็นปึกแผ่น สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือในระดับประเทศ เป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างสมาชิกซึ่งก็คือผู้ประกอบการ กับหน่วยงานต่างๆ” อาทิ สำนักงานจังหวัดตรัง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ดำรวจท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง เทศบาลนครตรัง และหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ เพื่อร่วมกันทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว โดย “เน้นงานด้านการตลาด และพัฒนาผู้ประกอบการ” เช่น การกระจายข้อมูลข่าว การฝึกอบรม งานสัมมนา งานออกบูธ โรดโชว์ เป็นต้น เพื่อนำพาสมาคมให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ

ส่วนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรัง เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแล “นโยบายและการพัฒนาท่องเที่ยวของจังหวัด โดยภาพรวม” มีหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดรวมตัวอยู่ในสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว “เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ไปในทิศทางเดียวกัน”

##### 2. สถานการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรังเป็นอย่างไร

“สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนชัดเจนคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างกลุ่มสแกนดินเนเวียหรือนักท่องเที่ยวหนีหนาว เป็นทัวร์แบบส่วนตัวขนาดเล็กที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรังเพิ่มขึ้นทุกปีโดยไม่ต้องทำตลาดมากนัก” และ “อีกรุ่นเป็นแบบกรุ๊ปทัวร์ขนาดใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ไชนเอเชียกลุ่มนี้การทำงานของผู้ประกอบการทำได้ยากขึ้นเพราะรูปแบบของการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปทุกปี การแข่งขัน

สูงโดยเฉพาะกรุปDomestic และกลุ่มอาเซียน” ด้วยจังหวัดใกล้เคียงอาทิ กระบี่ ภูเก็ต และสตูล ในโซนอันดามันด้วยกันมีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าตรัง และจุดขายในแหล่งท่องเที่ยวของตรังไม่โดดเด่นพอ รวมถึงไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร นอกจากนี้อีกประการสำคัญหนึ่งคือ “เรื่องของสถานที่พักตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดตรังมีน้อยเนื่องจากอยู่ในเขตพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหมเป็นส่วนใหญ่ จึงไม่สามารถออกเอกสารสิทธิ์ก่อสร้างรีสอร์ทหรือที่พักได้ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวไม่สามารถขยายตัวได้มากนัก”

3. แนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในปัจจุบันสู่การแข่งขันในยุคของการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

“พยายามผลักดันผู้ประกอบการให้หันมาทำทัวร์ Inbound มากขึ้น โดยเฉพาะมาเลเซียและจีน” เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก โอกาสในการเติบโตเป็นไปได้สูง ผู้ประกอบสามารถดึงจุดขายของตรังที่ทรัพยากรธรรมชาติที่ยังสวยงามสมบูรณ์อยู่บวกกับราคาที่พัก อาหาร และบริการต่างๆมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอันดามันด้วยกัน “เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Domestic และกลุ่ม Outbound มีข้อจำกัดเยอะและการแข่งขันสูงกว่า จึงอยากให้ผู้ประกอบการเน้นการตลาดนักท่องเที่ยวจากจีนมากขึ้น” ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะพัฒนามาตรฐานการบริการและการจดทะเบียนนำเที่ยวที่ถูกต้อง เพื่อเป็นมาตรฐานรองรับการแข่งขันในอาเซียนด้วย

4. การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวและสมรรถนะของผู้ประกอบการในอาเซียน

“ไม่แน่ใจในส่วนของมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวที่กรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนด เพราะมองว่าจังหวัดตรังยังห่างไกลจากจุดมาตรฐานดังกล่าว” อันเนื่องจากผู้ประกอบการของตรังส่วนใหญ่ยังไม่เข้มแข็งเน้นการทำงานเชิงรับมากกว่าการทำงานเชิงรุก และไม่ค่อยให้ความสนใจกับเรื่องดังกล่าวมากนัก และปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือ “ผู้ประกอบการนอกระบบ ขายทัวร์ทางอินเทอร์เน็ต ไม่มีสำนักงานเป็นรูปธรรม ทำให้สมาคมควบคุมคุณภาพมาตรฐานได้ยาก” การทำงานเป็นไปด้วยความยากลำบาก

5. ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดันการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

“ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสนใจ เพราะผู้ประกอบการมองว่าการทำงานในปัจจุบันก็ไม่ได้มีปัญหาแต่ประการใด” ทั้งยังเน้นการแข่งขันเรื่องปริมาณนักท่องเที่ยวและราคาสินค้าและบริการ แต่ไม่เน้นการแข่งขันเชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการระดับล่างไม่ตระหนักในความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ อาทิ “ชาวบ้านในพื้นที่ท่องเที่ยว และผู้ประกอบการบางรายจะไม่ค่อยให้ความร่วมมือกับสมาคมมากนักเพราะเกรงว่าสมาคมจะเข้าไปควบคุมการทำงานของผู้ประกอบการ”

6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

“ผู้ประกอบการยังไม่มีความเป็นมืออาชีพมากพอ ควรศึกษาจากผู้ประกอบการในจังหวัดใกล้เคียงที่ประสบความสำเร็จ สร้างรูปแบบการจําหน่ายเที่ยวแบบมืออาชีพมีการแบ่งสายงานกันในเรื่องครออย่างชัดเจน มีกลยุทธ์ทั้งเชิงรับและเชิงรุกมากขึ้น ขยายกิจการให้ครอบคลุมหลายรูปแบบทั้ง Inbound Outbound” เพื่อให้องค์กรมีความเข้มแข็งเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในตรงต่อไป นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ที่นักท่องเที่ยวหันมาเดินทางเองมากยิ่งขึ้น “และให้ผู้ประกอบการสร้างความร่วมมือกันมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีความเข้มแข็ง ง่ายต่อการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น”

4.2.4. องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง โดยที่ปรึกษานายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2558

#### 1. ความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานองค์กร

องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง หรืออบจ.ตรังเป็นหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นองค์กรหนึ่งที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วย “งานส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนาการท่องเที่ยว และสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว” อาทิการส่งเสริมด้านการตลาดออกบูธภายในประเทศ โดยสนับสนุนงบประมาณผ่านสมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรทางการท่องเที่ยว เช่น นำผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ ไปศึกษาดูงานและฝึกอบรมต่างๆ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ

#### 2. สถานการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรังเป็นอย่างไร

ทางอบจ.ตรังมองว่า “การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังเติบโตไปในทิศทางที่ดี เป็นไปอย่างช้าๆแต่เป็นการเติบโตด้วยศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่เอง” ไม่ใช่จากนายทุนต่างถิ่นหรือต่างชาติ และมองว่า “ผู้ประกอบการในตรังมีจิตสำนึกในการบริการคํานึงถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดตรัง” และหน่วยงานต่างๆมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างต่อเนื่อง โดย “ไม่เน้นการเติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดและจะเติบโตขึ้นทีละเล็กละน้อยอย่างมั่นคง” ถึงแม้ว่าจังหวัดตรังจะไม่ได้ทำการตลาดมากเท่าที่ควรแต่ก็มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีวิถีชีวิตที่น่าหลงใหล มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง และความได้เปรียบของจังหวัดตรังคือด้านการคมนาคมมายังจังหวัดตรังเมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง มีความพร้อมทั้งทางเครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์ และทางเรือ นอกจากนี้อบจ.ตรังยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อีกด้วย

3. แนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในปัจจุบันสู่การแข่งขันในยุคของการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

ในด้านนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษมีหน่วยงานต่างๆมากมายที่ “มีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป หลากหลายโครงการทำให้ขาดความเป็นเอกภาพในการบริหารจัดการและการพัฒนาอย่างเป็นระบบ” ในส่วนของอบจ.ศรีสะเกษ “นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชนและผู้ประกอบการเป็นหลัก โดยคำนึงถึงความต้องการของชุมชนและผู้ประกอบการ โดยแท้จริง”

4. การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวและสมรรถนะของผู้ประกอบการในอาเซียน

ทางอบจ.ศรีสะเกษมองว่า “การพัฒนาผู้ประกอบการรองรับอาเซียนนั้นยังมีประเด็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอีกหลายประการ โดยเริ่มจากตัวเจ้าของกิจการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน พนักงานบริการที่ยังขาดความรู้ทักษะการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ” แต่มีข้อดีอยู่ที่ผู้ประกอบการมีจิตสำนึกที่ดีในการบริการไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วง โลกทัศน์ที่ใกล้จะถึง “ทางอบจ.ศรีสะเกษเองมีโครงการจะนำผู้ประกอบการและภาคีภาคีมาสัมมนา ร่วมกัน ในประเด็นการเข้าสู่อาเซียน และการฝึกอบรมภาษาให้กับบุคลากร” โดยเฉพาะภาษาจีน รวมไปถึงการยกระดับมาตรฐานการบริการทั้งระบบให้มีมาตรฐานมีความปลอดภัย โดยเฉพาะความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวทางทะเล

5. ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดันการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

“มาตรฐานด้านความรู้ที่ยังมีความแตกต่างกัน อาทิ ประวัติศาสตร์ของจังหวัดศรีสะเกษที่ยังมีการให้ข้อมูลแตกต่างกัน มาตรฐานการบริการที่ไม่เหมือนกัน” โดยทางอบจ.ศรีสะเกษ “จะเชิญวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านต่างๆมาให้ความรู้ผู้ประกอบการและบุคลากรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมไปถึงการนำบุคลากรไปศึกษาดูงานด้านการท่องเที่ยวด้วย” และอีกประเด็นปัญหาที่สำคัญคือ “การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษที่ทุกภาคส่วนยังไม่ได้บูรณาการองค์ความรู้ นโยบาย ขบประมาณ และแผนการพัฒนาร่วมกันอย่างจริงจัง ทำให้การพัฒนาอย่างไม่เป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง”

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่จะเป็นโยบายต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

ทางอบจ.ศรีสะเกษมองว่า “การเติบโตทางเทคโนโลยีในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องลงทุนเปิดกิจการใหญ่โตเหมือนเช่นที่ผ่านมา แต่จะขึ้นอยู่กับการบริหารและใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ” และผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาในส่วนของบุคลากรในบริษัท ส่วนของมาตรฐานยานพาหนะ ที่พัก อาหาร ให้ดีขึ้นกว่าเดิมโดยยึดถือความเป็นวิถีท้องถิ่นของเมืองศรีสะเกษที่มีเอกลักษณ์ในตัวอยู่แล้ว ให้ผู้ประกอบการเน้นขายความรู้ลึก หรือการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวมากกว่าการเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ ให้มีความ

แตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวโดยขาดการจำกัดนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน โดยเฉพาะทางทะเล “ซึ่งอบจ. เองก็มีการจัด โครงการวางปะการังเทียมจาก โบกี้รดไฟเก่าให้เป็นสถานีรถไฟอันดามัน เพื่อทดแทนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด” และให้ทุกหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องร่วมกันให้ความรู้และรณรงค์ให้ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ

#### 4.3 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 15 ราย เมื่อวันที่ 12-14 มีนาคม 2558 ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยเฉลี่ยรายละ 30 นาที

##### ตารางที่ 4.1 จำนวนการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ลำดับ ที่	ลักษณะการดำเนินงาน	ประสบการณ์ ผู้ประกอบการ นำเที่ยว(ปี)	สถานที่ตั้ง	วันที่ สัมภาษณ์
1.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง ของตัวเครื่องบิน ให้บริการเรือนำเที่ยว	15	มีสำนักงานย่าน สถานีรถไฟตรัง	12 มี.ค.58
2.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง บริการของตัวเครื่องบิน	6	มีสำนักงานย่าน สถานีรถไฟตรัง	12 มี.ค.58
3.	จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง ให้บริการ รีสอร์ทที่พัก	14	มีสำนักงานย่าน สถานีรถไฟตรัง	12 มี.ค.58
4.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง	20	ไม่มีสำนักงาน	12 มี.ค.58
5.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง ของตัวเครื่องบิน ให้บริการเรือนำเที่ยว และบริการรถ เช่า	25	มีสำนักงานย่าน สถานีรถไฟตรัง	13 มี.ค.58

ตารางที่ 4.1 จำนวนการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการกิจนำเที่ยว (ต่อ)

ลำดับ ที่	ลักษณะการดำเนินงาน	ประสบการณ์ ประกอบธุรกิจ นำเที่ยว(ปี)	สถานที่ตั้ง	วันที่ สัมภาษณ์
6.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง	8	ไม่มีสำนักงาน	13 มี.ค. 58
7.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง	15	ไม่มีสำนักงาน	13 มี.ค.58
8.	จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง ให้บริการเรือนำเที่ยว	15	มีสำนักงาน ณ ท่าเรือหาดปากเมง	14 มี.ค.58
9.	จัดนำเที่ยวจังหวัดตรังและจังหวัด ใกล้เคียง ให้บริการเรือนำเที่ยว	9	มีสำนักงาน ณ ท่าเรือหาดปากเมง	14 มี.ค.58
10.	จัดนำเที่ยวในตรังและจังหวัด ใกล้เคียง บริการจองตั๋วเครื่องบิน รถรับส่ง และขายตั๋วโดยสารรถตู้	8	มีสำนักงานย่าน สถานีรถไฟตรัง	14 มี.ค.58
11.	จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง ให้บริการรีสอร์ทที่พัก	7	มีสำนักงานในตัว เมืองตรัง	14 มี.ค.58
12.	จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง	7	สำนักงานที่บ้าน อำเภอกันตัง	14 มี.ค.58
13.	จัดนำเที่ยวจังหวัดตรังและจังหวัด ใกล้เคียง บริการจองตั๋วรถตู้โดยสาร ระหว่างจังหวัด	7	สำนักงานย่าน สถานีรถไฟตรัง	14 มี.ค.58
14.	จัดนำเที่ยวทั่วประเทศ ให้บริการเช่า เหมารถทัวร์	10	สำนักงานที่บ้าน อำเภอกันตัง	14 มี.ค.58
15.	จัดนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ตรัง ทางด้าน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและ ชุมชน	7	สำนักงานที่บ้าน อำเภอเมืองตรัง	14 มี.ค.58



## 1. สภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

### 1.1 ข้อมูลการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะมีการให้บริการนำเที่ยวภายในจังหวัดตรัง และจังหวัดใกล้เคียง อาทิ สตูล กระบี่ นครศรีธรรมราช และพัทลุง โดยบริการหลักคือการท่องเที่ยวภายในจังหวัดตรัง โดยเฉพาะทัวร์ทะเลตรังที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด รวมไปถึงบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ รับจองโรงแรมที่พัก รถเช่า รถรับส่งสนามบิน จองตั๋วเครื่องบิน และจัดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เป็นต้น

1.2 ปัญหาอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจสามารถแบ่งออกได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ

ประเด็นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 3 มีความคิดเห็นว่า “มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการน้อย ที่คอยอำนวยความสะดวกการเดินทางระหว่างตัวเมืองตรังไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังมีข้อจำกัดอยู่” ซึ่งตรงกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 1, 4 และ 5 ที่มีความคิดเห็นว่า การเดินทางระหว่างท่าเรือไปยังเกาะต่างๆ จะมีเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น ผู้ประกอบการจึงต้องร่วมมือกับผู้ประกอบการเรือเพื่อการเดินทางส่งต่อนักท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ประเด็นของบุคลากรในภาคส่วนการท่องเที่ยว มีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 6 ราย เห็นตรงกันว่า มัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความสามารถมีอยู่จำนวนน้อย รวมถึงทักษะการพูดและการให้บริการยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการจึงมีการอบรมให้ความรู้พนักงานต่างๆ ก่อนจะมีการทำงานจริงในทุกครั้ง

### 1.3 การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับ พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หรือไม่

การดำเนินงานภายใต้ พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 2551 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 2, 3, 4 และ 5 มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ผู้ประกอบการสามารถดำเนินงานได้อย่างสอดคล้อง ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรค แต่มีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 1 และ 6 มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของการแบ่งประเภทของมัคคุเทศก์ว่า มีความหลากหลายเกินไป ยุ่งยากต่อการทำงาน จึงอยากให้มีจำนวนประเภทของบัตรมัคคุเทศก์ตามที่เป็นเท่านั้นและสามารถทำงานได้หลากหลายประเภทมากกว่าเดิม ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 7 รายมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ผู้ประกอบการอีกจำนวนมาก ยังไม่มีความเข้าใจในตัวกฎหมายดังกล่าวอย่างถ่องแท้ จึงต้องการให้มีการอบรมให้ความรู้ หรือหน่วยงานที่คอยปรึกษาด้านกฎหมายดังกล่าวขึ้นเพื่อคอยช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วย

### 1.4 ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังในมุมมองของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 1, 2, 3 และ 5 มองว่า จังหวัดตรังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายแต่ขาดการส่งเสริมและพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วก็ขาดการดูแลรักษา ซึ่งสอดคล้องกับผู้ประกอบการที่ขายของที่ 4 ที่มองว่า ในส่วนมุมมองของนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ โดยส่วนใหญ่มองว่า “นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักจังหวัดตรังมากขึ้น แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังรู้จักจังหวัดตรังในวงแคบอยู่”

#### 1.5 ผลประกอบการ โดยภาพรวมของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

ผลประกอบการในปีที่ผ่านมาเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ผู้ประกอบการที่ขายของที่ จำนวน 7 ราย ได้ให้ความคิดสอดคล้องตรงกันว่า ผลประกอบการลดลงอย่างเห็นได้ชัด อันเนื่องจากวิกฤตทาง เศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีจำนวนลดลงและ ข้อจำกัดในการใช้จ่ายมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามกลับมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ทั้งชาวไทยและ โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น และที่สำคัญประการหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว มีจำนวนเพิ่มขึ้นซึ่งนักท่องเที่ยวได้จองและติดต่อ ประสานงานต่างๆ ด้วยตัวเองเนื่องจากสามารถสืบค้นฐานข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตได้หลากหลาย ช่องทางมากยิ่งขึ้น

#### 1.6 จุดแข็งและจุดอ่อนของการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง

จุดแข็ง ผู้ประกอบการที่ขายที่อยู่มากกว่าครึ่งมองว่า จังหวัดตรังมีแหล่งทรัพยากรการที่ สมบูรณ์ มีความหลากหลายสามารถต่อยอดเป็นสินค้าและบริการได้อีกเป็นจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยวยังเป็นคนในพื้นที่ทำให้ทราบถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างลึกซึ้ง มีความผูกพันที่ ตลอดจนสามารถพึ่งพาอาศัยระหว่างกันได้

จุดอ่อน ผู้ประกอบการที่ขายที่อยู่มากกว่าครึ่งมองว่า จุดอ่อนประการแรกอยู่ที่การ คมนาคมขนส่งระหว่างแหล่งท่องเที่ยวด้วยกันเองทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถตอบสนองความ ต้องการของนักท่องเที่ยวได้เต็มที่ ประการที่สองผู้ประกอบการที่ขายที่อยู่มากกว่า 6 รายกล่าวว่า ขาด บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญในงานอาชีพด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และประการที่สามผู้ ประกอบการที่ขายที่อยู่มากกว่า 2 รายมองว่า ผู้ประกอบการที่ขายที่อยู่มากกว่าครึ่งไม่ได้พัฒนาสินค้าและบริการของตน ตลอดจนขาดการส่งเสริมพัฒนาและประชาสัมพันธ์สินค้าบริการให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ

### 2. สถานะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

#### 2.1 คู่แข่งทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม

คู่แข่งทางตรง ผู้ประกอบการที่ขายที่อยู่มากกว่าครึ่งมองว่า คู่แข่งส่วนใหญ่ก็คือผู้ประกอบการ ด้วยกันเอง ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดตรัง มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเพราะการจัดนำเที่ยว หรือ การตั้งบริษัททัวร์ สามารถทำได้ง่ายขึ้นแค่มีเวปไซด์ มีความรู้ด้านการจัดนำเที่ยวในระดับหนึ่ง ก็สามารถไปยื่นขอจัดตั้งเป็น บริษัทนำเที่ยวได้ ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นคนในพื้นที่จังหวัดตรังเอง ทำให้การแข่งขันอาจไม่รุนแรงเหมือน จังหวัดท่องเที่ยวใหญ่ที่มีทุนจากนอกพื้นที่เข้าไปดำเนินกิจการ

คู่แข่งทางอ้อม ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 5 รายมองว่า คู่แข่งในทางอ้อม น่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในแหล่งเที่ยวพื้นที่ใกล้เคียง เช่น กระบี่ สตูล ซึ่งมีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 2 รายที่มองว่า สายการบินที่มีการส่งเสริมการขายตั๋วเครื่องบินพร้อมแพ็คเกจนำเที่ยว และรถรับส่งไปยังที่พักหรือแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยวในพื้นที่ ก็เป็นคู่แข่งทางอ้อมของธุรกิจท่องเที่ยวเช่นกัน

## 2.2 โอกาสและอุปสรรคในการแข่งขันในอาเซียน

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทุกรายมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ผู้ประกอบการมองการแข่งขันในอาเซียนว่า เป็นโอกาสสำคัญที่จะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ลาว รวมถึงนักท่องเที่ยวจากจีน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเหล่านี้ให้ความสนใจจางหวัดตรง เนื่องจากพื้นที่วิถีชีวิตวัฒนธรรมมีความใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะคนไทยเชื้อสายจีนที่มีเป็นจำนวนมากในจังหวัดตรง แต่ผู้ประกอบการนำเที่ยวมากกว่าครึ่งที่มีความวิตกกังวลเรื่องของ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ ที่จะเป็อุปสรรคสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาตนเองเพื่อรองรับการเติบโตทางการท่องเที่ยว

## 2.3 การแข่งขันทางเทคโนโลยีการสื่อสารต่อธุรกิจท่องเที่ยว

การแข่งขันทางเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 5 รายมองว่า เป็นการแข่งขันทที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด จากหลายๆช่องทางทั้งเวปไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ซึ่งพบว่าเจ้าของกิจการ หรือผู้ประกอบการนำเที่ยวที่เปิดกิจการมานาน ยังไม่มีประสบการณ์และไม่ได้ใช้ช่องทางดังกล่าวให้เป็นประโยชน์เท่าที่ควร ในทางตรงกันข้ามจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 2 รายมองว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรุ่นใหม่กับมุ่งในการส่งเสริมการตลาดสารสนเทศและสื่อออนไลน์อย่างเต็มที่ เพราะมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆมากกว่า แต่โดยภาพรวมแล้วพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จัดฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องดังกล่าวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

3. การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเติบโตในยุคการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

### 3.1 มีการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตรง

การดำเนินธุรกิจร่วมกันผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทุกรายมองว่า อยู่ในลักษณะของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมากกว่า การทำในรูปแบบของสัญญาคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจ คือการมีร่วมมือกันแบบไม่เป็นทางการอาศัยความเชื่อใจของเจ้ากิจการด้วยกันเอง ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบการขายทัวร์ร่วมกัน การส่งนักท่องเที่ยวเดินทางร่วมกัน การขายแพ็คเกจร่วมกันระหว่างบริษัททัวร์กับที่พัก หรือระหว่างบริษัททัวร์กับผู้ประกอบการรถทัวร์สำหรับท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 ที่ผ่านมีการส่งบุคลากร หรือตัวคุณเองเข้าไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือ โครงการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาธุรกิจหรือไม่

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 4 รายกล่าวว่า หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการรวมถึงบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการก็ให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมด้วยดีตลอดมา แต่ผลจากการอบรม หรือความรู้ในแต่ละครั้งนั้น ไม่ได้สะท้อนความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยแท้จริง และไม่สามารถตอบโจทย์ หรือปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องประสบพบเจอได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวพร้อมให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ต่างๆที่ทุกองค์กรจัดขึ้น แต่หัวข้อหรือประเด็นควรตอบ โจทย์ความต้องการและปัญหาของผู้ประกอบการได้จริงๆ

3.3 ที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง ตลอดจนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือแหล่งข้อมูลในการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทุกรายมีความคิดเห็นตรงกันว่า หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ค่อยให้การสนับสนุนหรือส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการที่จะให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คอยช่วยเหลือและสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนสำหรับ SME ในธุรกิจท่องเที่ยว อาทิเงินกู้เพื่อค้ำยอคทางธุรกิจดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงการเข้าถึงฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และฐานข้อมูลสินค้าบริการที่จะเติบโตในอนาคต เพื่อจะได้พัฒนาหรือขยายกิจการให้มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

#### 3.4 แนวทางการพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจของตนเอง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 2,3 และ 4 มองว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะพัฒนาตนเองและพนักงานด้วยการเข้าฝึกอบรมทักษะ หรือเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น ฝึกเรื่องการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค พัฒนาสินค้าและการบริการนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 1 และ 5 ยังให้ข้อมูลอีกว่าจะขยายกิจการของตนเองให้ครอบคลุมด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้น อาทิ เพิ่มจำนวนรถ เรือ ที่พัก สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว และหาพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

### 4. มาตรฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

#### 4.1 มาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

มาตรฐานการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมากกว่าครึ่งมีความคิดเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันว่า จะเลือกใช้บริการที่มีความรู้สามารถ จรรยาบรรณวิชาชีพ และเหมาะสมกับงาน และเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยก่อนปฏิบัติงานทุกครั้งเจ้าของกิจการจะเป็นคนมอบหมายงานรวมถึงนโยบายในการทำงานแก่พนักงานก่อน เพื่อให้มั่นใจว่านักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่ดี ตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพการบริการขั้นพื้นฐานทั้งเรื่องของที่พัก อาหาร ยานพาหนะ

พนักงาน และความปลอดภัย โดยหลังจากนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการแล้วจะมีการติดตามผลหลังการขาย ตลอดทุกครั้ง เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจและนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไขต่อไปได้

4.2 ผู้ประกอบการทราบหรือไม่ว่ากรมการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวไว้ 3 ด้าน ประกอบด้วยอะไรบ้าง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 1,2,4 และ5 มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในครึ่งส่วนใหญ่ ไม่ทราบว่าได้มีการกำหนดมาตรฐานดังกล่าวขึ้นมาแล้วเพราะหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์มาตรฐานดังกล่าวให้ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวทราบ ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวรายที่ 3 และ6 ที่ให้ข้อมูลว่ามีเพียงผู้ประกอบการเพียงบางส่วนเท่านั้น ทราบว่าได้มีการกำหนดมาตรฐานดังกล่าว แต่ก็ยังไม่ทราบถึงรายละเอียดของมาตรฐานดังกล่าวว่ามีเกณฑ์อย่างไรบ้าง และหากมีการส่งเสริมก็พร้อมจะให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนด้วย

4.3 ในอนาคตผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนต้องมีลักษณะแบบไหน

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทุกรายมองว่า หากเข้าสู่การท่องเที่ยวของอาเซียนแล้วผู้ประกอบการควรปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการตลอดจนการพัฒนาองค์กร ทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากรให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียน รวมถึงการแข่งขันในอาเซียนด้วย ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น โดยให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาดังกล่าวให้สามารถแข่งขันได้เมื่อเข้าสู่อาเซียน

5. ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทุกรายมีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า ควรสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันให้มากยิ่งขึ้น โดยมีสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดตั้งเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน เพื่อที่จะได้มีอำนาจในการต่อรองเมื่อเข้าสู่อาเซียน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการยังต้องการให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนร่วมกันวางแผนการดำเนินงาน หรือส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดให้เป็นทิศทางเดียวกัน ทั้งการฝึกอบรม ให้ความรู้ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยแท้จริง บนพื้นฐานความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง เพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดตรงต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลทุกรายที่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันอันเนื่องมาจากลักษณะการค้าเงินธุรกิจและบริบทของพื้นที่ที่มีความใกล้เคียงกันทำให้ความคิดเห็นสอดคล้องไปในแนวเดียวกันทั้งในประเด็นมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน ข้อเสนอแนะในการพัฒนา โอกาสและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจเมื่อเข้าสู่AEC ที่มองว่าเป็นโอกาส

สำคัญที่จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นและสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ต้องได้รับการพัฒนามาตรฐานการบริการ ทักษะความรู้ความสามารถและเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อให้ผู้ประกอบการพร้อมที่จะแข่งขันได้เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

#### 4.4 ผลจากการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

โดยการข้อมูลความพึงพอใจจำนวน 400 ชุด แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 200 ชุด สำหรับการศึกษาในครั้งนี้แบ่งผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

4.4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.4.2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.4.3 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4.4.4 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.4.5 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.4.6 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.4.7 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.4.8 ผลการศึกษาคำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

## 4.4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม	(n=200)		(n=200)	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>				
ชาย	76	38.00	102	51.00
หญิง	124	62.00	98	49.00
<b>อายุ</b>				
13-25 ปี	54	27.00	15	7.50
26-60 ปี	143	71.50	118	59.00
มากกว่า 60ปีขึ้นไป	3	1.50	67	33.50
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ประถมศึกษา	0	0.00	5	2.50
มัธยมศึกษา	25	12.50	30	15.00
อนุปริญญา /ประกาศนียบัตร	27	13.50	32	16.00
<b>วิชาชีพ</b>				
ปริญญาตรี	110	55.00	101	50.50
สูงกว่าปริญญาตรี	38	19.00	32	16.00
<b>ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง</b>				
กว่า 5,000 บาท	46	23.00	11	5.50
5,001 – 10,000 บาท	55	27.50	36	18.00
10,001 -20,000 บาท	59	29.50	84	42.00
มากกว่า 20,000 บาท	40	20.00	69	34.50

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม	(n=200)		(n=200)	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>จำนวนวันในท่องเที่ยว</b>				
ไปเช้า-เย็นกลับ	24	12.00	47	23.50
2-6 วัน	164	82.00	81	40.50
1 สัปดาห์	4	2.00	45	22.50
มากกว่า 1 สัปดาห์	8	4.00	27	13.50
<b>จำนวนครั้งในการมาเที่ยว</b>				
ครั้งแรก	80	40.00	56	28.00
ครั้งที่ 2	36	18.00	94	47.00
มากกว่า 3 ครั้ง	60	30.00	50	25.00
อาศัยอยู่ที่จังหวัดตรัง	24	12.00	0	0.00
<b>ผู้ร่วมเดินทาง</b>				
มาคนเดียว	7	3.50	69	34.50
มากับคนรัก	16	8.00	48	24.00
มาเป็นกลุ่มเล็ก	66	33.00	70	35.00
มาเป็นกลุ่มใหญ่	111	55.50	13	6.50
<b>แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง</b>				
จากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์	79	39.50	110	55.00
จากเพื่อนและครอบครัว	73	36.50	41	20.50
จากบริษัททัวร์และตัวแทนการ	31	15.50	49	24.50
<b>ท่องเที่ยว</b>				
อื่นๆ	17	8.50	0	0.00



ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม	(n=200)		(n=200)	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดตรัง</b>				
คำแนะนำจากเพื่อนและญาติ	65	32.50	74	37.00
มิตร				
ประสบการณ์ที่ผ่านมา	39	19.50	11	5.50
เดินทางผ่านแสวงหาสิ่งแปลก	26	13.00	81	40.50
ใหม่				
คำแนะนำจากบริษัททัวร์และ	23	11.50	5	2.50
ตัวแทนการท่องเที่ยว				
เว็บไซต์และนิตยสารอื่นๆ	20	10.00	29	14.50
อื่นๆ	27	13.50	0	0.00
<b>สิ่งแรกที่คิดถึงจังหวัดตรัง</b>				
อาหารการกิน	87	43.50	77	38.50
วัฒนธรรมท้องถิ่น	11	5.50	33	16.50
ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง	1	0.50	0	0.00
ธรรมชาติ	98	49.00	90	45.00
การช้อปปิ้ง	1	0.50	0	0.00
สถานที่ทางประวัติศาสตร์	2	1.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 เพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 เพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-60 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 13-25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-60 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และอายุระหว่าง 13-25 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 การศึกษาระดับอนุปริญญา /ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 การศึกษาระดับอนุปริญญา /ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง 10,001 -20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายต่อการครั้ง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งกว่า 5,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และค่าใช้จ่ายต่อการครั้ง มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง 10,001 -20,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายต่อการครั้ง มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ค่าใช้จ่ายต่อการครั้ง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และค่าใช้จ่ายต่อการครั้ง กว่า 5,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

จำนวนวันในท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 2-6 วันจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ ไปเช้า-เย็นกลับ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 มาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และมาท่องเที่ยว 1 สัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 2-6 วันจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ ไปเช้า-เย็นกลับ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มาท่องเที่ยว 1 สัปดาห์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

จำนวนครั้งในการมาเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดตรังครั้งแรก จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ มาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มาเที่ยวครั้งที่ 2 จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และอาศัยอยู่ที่จังหวัดตรัง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดตรังเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ มาเที่ยวเป็นครั้งแรก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ร่วมเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มใหญ่ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ มักเป็นกลุ่มเล็ก จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 มากับคนรัก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมาคนเดียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มเล็ก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ มาคนเดียว จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 มากับคนรัก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และมาเป็นกลุ่มใหญ่ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดตรังจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ จากเพื่อนและครอบครัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 จากจากบริษัททัวร์และตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และจากแหล่งอื่นๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดตรังจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ จากบริษัททัวร์และตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และจากเพื่อนและครอบครัว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50

อิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดตรัง คือ คำแนะนำจากเพื่อนและญาติมิตร จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ จากประสบการณ์ที่ผ่านมา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 จากสิ่งอื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 เพื่อการเดินทางผ่านแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 จากคำแนะนำจากบริษัททัวร์และตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และจากเว็บไซต์และนิตยสารอื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดตรัง คือ การเดินทางผ่านแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ จากคำแนะนำจากเพื่อนและญาติมิตร จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 จากเว็บไซต์และนิตยสารอื่นๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 จากประสบการณ์ที่ผ่านมา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และจากคำแนะนำจากบริษัททัวร์และตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

สิ่งแรกที่คิดถึงจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่สิ่งแรกที่คิดถึงจังหวัดตรัง คือ ธรรมชาติ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ อาหารการกิน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 สถานที่ทางประวัติศาสตร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 การซื้อปิ้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่สิ่งแรกที่คิดถึงจังหวัดตรัง คือ ธรรมชาติ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อาหารการกิน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 และวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50

4.4.2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยภาพรวม

ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยภาพรวม

ความพึงพอใจต่อท่องเที่ยว จังหวัดตรัง	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	ระดับความพึงพอใจ			ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสินค้าและบริการของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง	4.01	0.73	มาก	4.02	0.60	มาก
2. ด้านราคาของผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวจังหวัดตรัง	3.76	0.66	มาก	3.93	0.70	มาก
3. ด้านสถานที่และองค์ประกอบใน การให้บริการนักท่องเที่ยว	3.81	0.70	มาก	4.00	0.63	มาก
4. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการ ท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง	3.74	0.71	มาก	3.87	0.72	มาก
โดยรวม	3.83	0.70	มาก	3.96	0.66	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1.ด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

จังหวัดตรัง (4.01) 2.ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว (3.81) 3.ด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง (3.76) และ4.ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง (3.74) ตามลำดับ

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1.ด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง (4.02) 2.ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว (4.00) 3.ด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง (3.93) และ4.ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง (3.87) ตามลำดับ

4.4.3 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

**ตาราง 4.4** การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง	ประเภทนักท่องเที่ยว				t	Sig.
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสินค้าและบริการ	4.25	0.71	4.30	0.53	20.264	.000**
2. ด้านราคา	3.84	0.66	4.11	0.61	4.331	.038*
3. ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการ	3.95	0.68	4.23	0.55	.060	.087
4. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.85	0.75	4.15	0.67	4.807	.029*
โดยรวม	4.00	0.66	4.18	0.49	5.064	.021*

\*\*P<.01, \*P<.05

จากตาราง 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ที่มีประเภทนักท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ที่มีประเภทนักท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านสินค้าและบริการ

โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านสินค้าและบริการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ที่มีประเภทนักท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านราคา และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านราคา และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.4 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. คุณภาพด้านที่พัก	3.86	0.74	มาก	4.46	0.55	มากที่สุด
2. คุณภาพด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.94	0.69	มาก	4.08	0.51	มาก
3. คุณภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.24	0.68	มากที่สุด	3.93	0.56	มาก
4. คุณภาพด้านทัศนียภาพและพนักงานบริการ	4.13	0.80	มาก	3.78	0.67	มาก
5. คุณภาพด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	4.00	0.77	มาก	4.35	0.62	มากที่สุด
6. คุณภาพด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	4.06	0.70	มาก	4.01	0.50	มาก
7. คุณภาพด้านมาตรฐานการบริการ	4.01	0.72	มาก	3.96	0.61	มาก
8. คุณภาพด้านคุณธรรมจริยธรรมในการบริการ	3.98	0.72	มาก	3.81	0.68	มาก
9. คุณภาพของสินค้าและบริการหรือแพ็คเกจมีความน่าสนใจ	3.85	0.74	มาก	3.80	0.68	มาก
โดยรวม	4.01	0.73	มาก	4.02	0.60	มาก

จากตาราง 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ได้แก่ คุณภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย (4.24) ส่วนอยู่ในระดับมาก 8 ข้อมีค่าเฉลี่ย ได้แก่

1. คุณภาพด้านมัคคุเทศก์และพนักงานบริการ (4.13)
2. คุณภาพด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (4.06)
3. คุณภาพด้านมาตรฐานการบริการ (4.01)
4. คุณภาพด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (4.00)
5. คุณภาพด้านคุณธรรมจริยธรรมในการบริการ (3.98)
6. คุณภาพด้านอาหารและเครื่องดื่ม (3.94)
7. คุณภาพด้านที่พัก (3.86) และ
8. คุณภาพของสินค้าและบริการ หรือแพ็คเกจมีความน่าสนใจ (3.84) ตามลำดับ

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ ได้แก่ 1. คุณภาพด้านที่พัก (4.46) 2. คุณภาพด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (4.35) ตามลำดับ ส่วนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 7 ข้อ ได้แก่ 1. คุณภาพด้านอาหารและเครื่องดื่ม (4.08) 2. คุณภาพด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (4.01) 3. คุณภาพด้านมาตรฐานการบริการ (3.96) 4. คุณภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (3.93) 5. คุณภาพด้านคุณธรรมจริยธรรมในการบริการ (3.81) 6. คุณภาพของสินค้าและบริการ หรือแพ็คเกจมีความน่าสนใจ (3.80) และ 7. คุณภาพด้านมัคคุเทศก์และพนักงานบริการ (3.78) ตามลำดับ

4.4.5 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการ  
ท่องเที่ยวจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความพึงพอใจในด้านราคาของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	ระดับความพึงพอใจ		ระดับ	ระดับความพึงพอใจ		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านราคาที่พัก	3.77	0.63	มาก	4.16	0.63	มาก
2. ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.78	0.64	มาก	4.02	0.67	มาก
3. ด้านราคาเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ	3.82	0.66	มาก	3.90	0.78	มาก
4. ด้านราคาของสินค้าที่ระลึกและ สินค้าพื้นเมือง	3.68	0.69	มาก	3.94	0.72	มาก
5. ด้านราคาของแพ็คเกจนำเที่ยว	3.76	0.68	มาก	3.82	0.68	มาก
6. ด้านราคาของบริการท่องเที่ยว อื่นๆ	3.75	0.67	มาก	3.76	0.73	มาก
โดยรวม	3.76	0.66	มาก	3.93	0.70	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. ด้านราคาเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (3.82) 2. ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม (3.78) 3. ด้านราคาที่พัก (3.77) 4. ด้านราคาของแพ็คเกจนำเที่ยว (3.76) 5. ด้านราคาของบริการท่องเที่ยวอื่นๆ (3.75) และ 6. ด้านราคาของสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (3.68) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. ด้านราคาที่พัก (4.16)



2. ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม (4.02) 3. ด้านราคาของสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (3.94)  
 4. ด้านราคาเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (3.90) 5. ด้านราคาของแพ็คเกจนำเที่ยว (3.82) และ  
 6. ด้านราคาของบริการท่องเที่ยวอื่นๆ (3.76) ตามลำดับ

4.4.6 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการ  
 นักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และ  
 องค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความพึงพอใจในด้านสถานที่และ องค์ประกอบในการให้บริการ นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	ระดับความพึงพอใจ			ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. สิ่งอำนวยความสะดวกในจุด ให้บริการ	3.84	0.65	มาก	4.11	0.54	มาก
2. ป้าย สัญลักษณ์ โบชัวร์ หรือ เอกสารแนะนำการบริการ	3.65	0.74	มาก	3.90	0.69	มาก
3. มีการส่งเสริมการขายและ การตลาด	3.64	0.70	มาก	4.14	0.64	มาก
4. มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำ เที่ยวที่ถูกต้อง	3.81	0.68	มาก	3.95	0.65	มาก
5. พนักงาน ณ จุดให้บริการมี ความรู้ที่เหมาะสมในการให้บริการ นักท่องเที่ยว	3.92	0.71	มาก	3.93	0.68	มาก
6. พนักงาน ณ จุดให้บริการแสดง ความเต็มใจในการให้บริการ นักท่องเที่ยว	3.99	0.71	มาก	3.88	0.62	มาก
7. สามารถทำจองหรือประสานงาน ได้ ณ จุดให้บริการลูกค้า	3.83	0.70	มาก	4.07	0.56	มาก
โดยรวม	3.81	0.70	มาก	4.00	0.63	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. พนักงาน ณ จุดให้บริการแสดงความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยว (3.99) 2. พนักงาน ณ จุดให้บริการมีความรู้ที่เหมาะสมในการให้บริการนักท่องเที่ยว (3.92) 3. สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดให้บริการ (3.84) 4. สามารถทำของหรือประสานงานได้ ณ จุดให้บริการลูกค้า (3.83) 5. มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ถูกต้อง (3.81) 6. ป้าย สัญลักษณ์ โบว์ชัวร์ หรือเอกสารแนะนำการบริการ (3.65) และ 7. มีการส่งเสริมการขายและการตลาด (3.64) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. มีการส่งเสริมการขายและการตลาด (4.14) 2. สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดให้บริการ (4.11) 3. สามารถทำของหรือประสานงานได้ ณ จุดให้บริการลูกค้า (4.07) 4. มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ถูกต้อง (3.95) 5. พนักงาน ณ จุดให้บริการมีความรู้ที่เหมาะสมในการให้บริการ (3.93) 6. ป้าย สัญลักษณ์ โบว์ชัวร์ หรือเอกสารแนะนำการบริการ (3.90) และ 7. พนักงาน ณ จุดให้บริการแสดงความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยว (3.88) ตามลำดับ

4.4.7 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยว ของจังหวัดตรัง	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	ระดับความพึงพอใจ		ระดับ	ระดับความพึงพอใจ		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. คุณภาพของข้อมูลที่เสนอต่อ นักท่องเที่ยว	3.83	0.68	มาก	4.02	0.76	มาก
2. คุณภาพช่องทางในการรับข้อมูล ข่าวสารของนักท่องเที่ยว	3.76	0.69	มาก	3.87	0.68	มาก
3. คุณภาพของป้ายบอกข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว	3.74	0.73	มาก	3.73	0.74	มาก
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ที่มาจากองค์กรของภาครัฐ	3.63	0.75	มาก	3.86	0.70	มาก
โดยรวม	3.74	0.71	มาก	3.87	0.72	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. คุณภาพของข้อมูลที่เสนอต่อนักท่องเที่ยว (3.83) 2. คุณภาพช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว (3.76) 3. คุณภาพของป้ายบอกข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว (3.74) และ 4. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่มาจากองค์กรของภาครัฐ (3.63) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. คุณภาพของข้อมูลที่เสนอต่อนักท่องเที่ยว (3.87) 2. คุณภาพช่องทางในการรับข้อมูล

ข่าวสารของนักท่องเที่ยว (4.02) 3. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่มาจากองค์กรของภาครัฐ (3.86) และ 4. คุณภาพของป้ายบอกข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว (3.73) ตามลำดับ

#### 4.4.8 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 4.9 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความคิดเห็น	(n=200)		(n=200)	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรัง</b>				
มีความประสงค์	172	86.00	177	88.50
ไม่มีความประสงค์	1	0.50	0	0.00
ไม่แน่ใจ	27	13.50	23	11.50
<b>การแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดตรัง</b>				
แนะนำ	198	94.50	192	96.00
ไม่แนะนำ	2	1.00	2	1.00
ไม่แน่ใจ	9	4.50	6	3.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.9 ความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่มีความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรัง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และไม่มีความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรัง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรัง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

การแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่มีการแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดตรัง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และไม่แนะนำ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีการแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมา

เที่ยวจังหวัดตรัง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และไม่แนะนำ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

#### ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว

ผลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต้องการให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพัฒนาในเรื่องการคมนาคมขนส่งภายในตัวเมืองและการเดินทางระหว่างตัวเมืองเพื่อเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นไปด้วยความยากลำบากเนื่องจากไม่มีรถโดยสารสาธารณะที่เพียงพอหรือเส้นทางเดินรถไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ตลอดจนราคาค่าโดยสารที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายเพื่อเช่าเหมามีราคาสูงเกินไป นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีข้อเสนอแนะให้มีการเพิ่มเส้นทางการบินสู่จังหวัดตรังมากขึ้น อาทิ เชียงใหม่-ตรัง และอุดรธานี-ตรัง กวาลัมเปอร์-ตรัง เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางจังหวัดตรังได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีป้ายแนะนำทางบอกสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ เพิ่มมากขึ้น และปรับปรุงความสวยงามของป้ายอาทิ ป้ายของถ้ำมรกตที่ภาษาอังกฤษ ซึ่งเก่าและมองไม่ชัด เพราะเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีข้อเสนอแนะเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวควรมีมากขึ้น เช่น ตู้เอทีเอ็ม ตลอดจนความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวยังมีข้อเสนอแนะต่อไปว่าควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มีความน่าสนใจ และควรพัฒนาคุณภาพการบริการของผู้ประกอบท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหาร ให้มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมีคู่มือแก่นักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความสามารถและเทคนิคการบริการด้วย

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมใน จังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการที่ได้รับ 3) เปรียบเทียบการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรังกับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน 4) นำข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากการเปรียบเทียบการดำเนินงานในปัจจุบันและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังในด้านต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปิด AEC ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีประชากรที่ศึกษา 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีรูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน สามารถสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผล

สรุปผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ คือ

1. เพื่อพัฒนารอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการที่ได้รับ
3. เพื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรังกับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน
4. เพื่อนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากการเปรียบเทียบการดำเนินงานในปัจจุบันและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังในด้านต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปิด AEC ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

สรุปผลการพัฒนารอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน โดยจากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎี รวมถึงกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวในอาเซียน ตลอดจนบริบทพื้นฐานความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดตรัง รวมกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มาสรุปเป็น

กรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน ให้มีความชัดเจนเหมาะสมกับพื้นที่ และง่ายต่อการนำไปปฏิบัติ แบ่งออกได้ 3 มาตรฐาน คือ มาตรฐานด้านองค์การและการจัดการ มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว และมาตรฐานด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยดัดแปลงและจำแนกหัวข้อตาม มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวที่กรมการท่องเที่ยวได้กำหนดไว้แล้ว ซึ่งได้รวบรวมประเด็นต่างๆ แบ่งตาม ลักษณะงานและอำนาจหน้าที่ให้มาอยู่ในกรอบมาตรฐานข้อเดียวกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ 5.1 มาตรฐานด้านองค์การและการจัดการ

##### 1. มาตรฐานด้านองค์การและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
1. บริษัทจะต้องมีนโยบาย แผนการปฏิบัติงาน และระเบียบข้อบังคับ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีนโยบายการปฏิบัติงานและเป้าหมายขององค์กรกำหนดไว้ อย่างชัดเจนสามารถเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้</li> <li>2. มีแผนการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรม ใช้งานได้จริง ไม่ยุ่งยาก</li> <li>3. มีระเบียบข้อบังคับขององค์กรเป็นลายลักษณ์อักษร ให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติตามได้</li> </ol>
2. ผู้บริหารตลอดจนบุคลากรมีความรู้ความสามารถในธุรกิจนำเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการนำพาองค์กรสู่ความก้าวหน้า</li> <li>2. ผู้บริหารมีการบริหารจัดการความเสี่ยง วางแผนการเงินบุคคลขององค์กรได้อย่างรอบคอบ และตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานในทุกระดับ</li> <li>3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างดี สามารถวางแผนการขายส่งเสริมการตลาด เขียน โปรแกรมทัวร์ และจัดการสำนักงานได้เป็นอย่างดี</li> <li>4. บุคลากรมีความรู้เรื่องกฎหมายและพรบ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์</li> <li>5. บุคลากรสามารถจัดทำใบเสนอราคา การคิดคำนวณค่าทัวร์ และจัดทำสัญญาระหว่างองค์กรได้ ตลอดจนการทำธุรกรรมทางการเงินได้</li> </ol>

### ตารางที่ 5.1 มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ (ต่อ)

#### 1. มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
3. มีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีสถานที่หรือสำนักงานที่สามารถติดต่อได้ชัดเจน เอื้อต่อการติดต่อประสานของนักท่องเที่ยวและพนักงานในองค์กร</li> <li>2. มีใบอนุญาตติดไว้อย่างเห็นได้ชัดเจน</li> <li>3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว และดูแลอุปกรณ์สำนักงานให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน</li> </ol>
4. การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้บริหารและบุคลากรสามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการปฏิบัติงานและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว สามารถโต้ตอบข้อความอิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมการขาย และประสานระหว่างองค์กรได้เป็นอย่างดี</li> <li>2. มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อออนไลน์ทุกประเภท และหมั่นฝึกฝนและติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอยู่อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>3. สามารถจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยวได้</li> </ol>
5. การมีส่วนร่วมของสังคมและสวัสดิภาพการทำงาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ</li> <li>2. มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยว และหน่วยงานทุกองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว</li> <li>3. องค์กรต้องจัดมีสวัสดิการค่าตอบแทนที่มีความยุติธรรม ตลอดจนส่งเสริมความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน</li> </ol>



ตารางที่ 5.2 มาตรฐานด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

2. มาตรฐานด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
1. สินค้าและบริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โปรแกรมทัวร์ที่กำหนดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ โดยระบุองค์ประกอบต่างให้ครบถ้วน อาทิ ราคา สถานที่ เป็นต้น</li> <li>2. มีบริการด้านการท่องเที่ยวที่ครบวงจรทั้งนำเที่ยว ของตัวเครื่องบิน ที่พัก อาหาร บริการรถรับส่ง และตัวเข้าชมสถานที่</li> <li>3. มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้าบริการให้นักท่องเที่ยวได้ทราบอย่างครบถ้วนก่อนการตัดสินใจ</li> <li>4. มีการส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย และมีแผนการส่งเสริมการขายทั้งในและต่างประเทศด้วยช่องทางทางตลาดในรูปแบบต่างๆ</li> </ol>
2. มีการประสานงานการจัดนำเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องล่วงหน้าก่อนเดินทาง อาทิ ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านของที่ระลึก</li> </ol>
3. การจัดมัคคุเทศก์และพนักงานบริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดมัคคุเทศก์และทีมงานที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สื่อสารภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 2 ภาษาขึ้นไป และเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน</li> <li>2. จำนวนมัคคุเทศก์และทีมงานที่มีสัดส่วนเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว</li> <li>3. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้นักท่องเที่ยวได้</li> <li>4. จะต้องแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติให้เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวไม่ขัดต่อหลักศาสนา คีลธรรมอันดีงาม และธรรมเนียมปฏิบัติในแต่ละพื้นที่</li> </ol>
4. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการตรวจสอบความพร้อมของยานพาหนะตลอดจนถึงอำนวยความสะดวกก่อนเดินทาง</li> <li>2. การจัดนำเที่ยวจะต้องอยู่บนพื้นฐานของปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยจะต้องแนะนำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลการถึงการปฏิบัติตนด้านความปลอดภัยก่อนเดินทางทุกครั้ง</li> <li>3. มีอุปกรณ์และความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นตลอดจนการส่งต่อนักท่องเที่ยวไปยังสถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด</li> </ol>

ตารางที่ 5.2 มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

2. มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	1. ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน ทั้งยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในกรณีที่มีความจำเป็น 2. การดูแลนักท่องเที่ยวตั้งแต่รับจนถึงการส่งนักท่องเที่ยวกลับ โดยความประทับใจ
6. ราคาและคุณภาพ	1. ราคาของสินค้าบริการต้องมีความยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยว 2. คุณภาพของการจัดนำเที่ยว ที่พัก อาหาร ยานพาหนะต้องมีความเหมาะสมกับราคา 3. ต้องมีการติดตามประเมินผลหลังการขาย เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดีขึ้นอยู่เสมอ
7. สิ่งแวดล้อมและชุมชน	1. ส่งเสริมการใช้บริการของชุมชน อาทิ ร้านอาหาร ยานพาหนะท้องถิ่น และของที่ระลึก เป็นต้น เพื่อให้ชุมชนมีรายได้ 2. ดำเนินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากร 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชน

### ตารางที่ 5.3 มาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

#### 3. มาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
1. จรรยาบรรณในหน้าที่	<ol style="list-style-type: none"> <li>ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานทั้งต่อบุคลากรด้วยกันเองและต่อนักท่องเที่ยว</li> <li>ให้ความเสมอภาคกับนักท่องเที่ยวทุกๆกลุ่มโดยไม่เลือกปฏิบัติ</li> <li>ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติและศาสนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความแตกต่างกัน</li> <li>มีความซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อน้ำหน้าที่ได้รับมอบหมาย</li> </ol>
2. จิตสำนึกทางสังคม	<ol style="list-style-type: none"> <li>จะต้องธำรงไว้ซึ่งศีลธรรมอันดีงามของสังคม</li> <li>เป็นแบบอย่างที่ดีในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ของความเป็นไทย</li> <li>ไม่เอาเปรียบ และให้ความเอื้อเฟื้อต่อผู้ร่วมวิชาชีพด้วยกัน</li> </ol>

#### สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการที่ได้รับ

จากการศึกษาสามารถจำแนกผลการศึกษาออกเป็นด้านๆ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง 10,001-20,000 บาท มาท่องเที่ยว 2-6 วันเป็นส่วนใหญ่และเดินทางมาจังหวัดตรังเป็นครั้งแรก โดยมากันเป็นหมู่คณะมากที่สุด ทราบแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดตรังจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เป็นอันดับหนึ่ง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดตรัง คือ คำแนะนำจากเพื่อนและญาติมิตรและประสบการณ์ที่ผ่านมาก สิ่งแรกที่เกิดขึ้นถึงจังหวัดตรัง คือ ธรรมชาติรองลงมาคือเรื่องอาหารการกิน

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 26-60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท มาท่องเที่ยวจังหวัดตรังระหว่าง 2-6 วัน และเดินทางมาท่องเที่ยวตรังมากกว่าหนึ่งครั้ง ส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่มเล็กๆ ส่วนตัวทราบแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดตรังจากทางเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดตรัง คือ การเดินทางผ่านแสวงหาสิ่งแปลกใหม่และจากคำแนะนำจากเพื่อนและญาติมิตร ส่วนสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติคิดถึงถึงจังหวัดตรังก็คือธรรมชาตินั่นเอง

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านและพึงพอใจด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรังมีความคิดเห็นสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกันและพึงพอใจด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังมากที่สุด

3. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ที่มีประเภทนักท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านสินค้าและบริการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ที่มีประเภทนักท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านราคา และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ด้านราคา และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพของมัคคุเทศก์และพนักงานบริการมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และด้านแพ็คเกจที่มีความน่าสนใจเป็นลำดับท้ายสุด

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจคุณภาพด้านที่พักมากที่สุด รองลงมาคือด้านคุณภาพยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และด้านคุณภาพของมัคคุเทศก์และพนักงานบริการเป็นลำดับท้ายสุด

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาอาหารเช้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม และพึงพอใจด้านราคาของสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองน้อยที่สุด

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยด้านราคาที่พักมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม และด้านราคาของบริการท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นลำดับท้ายสุด

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยด้านพนักงาน ณ จุดให้บริการแสดงความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือพนักงาน ณ จุดให้บริการมีความรู้ที่เหมาะสมในการให้บริการนักท่องเที่ยว และมีการส่งเสริมการขายและการตลาดเป็นลำดับท้ายสุด

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทุกข้อ มากที่สุดคือมีการส่งเสริมการขายและการตลาด รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกในจุดให้บริการ และพนักงาน ณ จุดให้บริการแสดงความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นลำดับท้ายสุด

7. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจคุณภาพของข้อมูลที่เสนอต่อนักท่องเที่ยว รองลงมาคือคุณภาพช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว และพึงพอใจข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่มาจากองค์กรของภาครัฐเป็นลำดับท้ายสุด

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีระดับความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพของข้อมูลที่เสนอต่อนักท่องเที่ยว รองลงมาคือคุณภาพช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว และพึงพอใจคุณภาพของป้ายบอกข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวน้อยที่สุด

8. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นตรงกันที่ส่วนใหญ่มีความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรังอีก และจะมีการแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดตรังด้วย และนักท่องเที่ยวที่จะไม่แนะนำให้เพื่อนหรือครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดตรังอีกมีเพียงร้อยละ 1.00 เท่านั้น

สรุปผลการเปรียบเทียบการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรัง กับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน

โดยการนำกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาให้มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรัง มาเปรียบเทียบการดำเนินงานจริงในปัจจุบันของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดตรัง เพื่อหาจุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น และสามารถรองรับต่อการแข่งขันเมื่อเข้าสู่ AEC ได้ ทั้งนี้ โดยการพิจารณาและรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว และผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับมาตรฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 5.4 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

1. มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
1. บริษัทจะต้องมีนโยบายแผนการปฏิบัติงาน และระเบียบข้อบังคับ	1. มีนโยบายการปฏิบัติงานและเป้าหมายขององค์กร กำหนดไว้อย่างชัดเจน สามารถเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานและเป้าหมายขององค์กรอย่างชัดเจน ทุกอย่างขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	2. มีแผนการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรม ใช้งานได้จริง ไม่ยุ่งยาก	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการไม่มีแบบแผนการปฏิบัติงานเป็นรูปธรรม ทุกอย่างสามารถปรับเปลี่ยนได้ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	3. มีระเบียบข้อบังคับขององค์กรเป็นลายลักษณ์อักษร ให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติตามได้	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการไม่มีระเบียบข้อบังคับเป็นลายลักษณ์อักษร ใช้การสั่งการด้วยวาจา และปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าของกิจการ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา

ตารางที่ 5.4 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ (ต่อ)

1. มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
2. ผู้บริหาร ตลอดจนบุคลากร มีความรู้ ความสามารถใน ธุรกิจนำเที่ยว	1. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ใน การนำพองค์กรสู่ ความก้าวหน้า	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้บริหารมีประสบการณ์มาอย่างยาวนานสามารถ นำพองค์กรสู่ความสำเร็จได้ไม่ยาก จึงสรุปได้ว่าอยู่ ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. ผู้บริหารมีการบริหาร จัดการความเสี่ยง วางแผน การเงินบุคคลขององค์กร ได้อย่างรอบคอบ และ ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ของพนักงานในทุกระดับ	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้บริหารมีประสบการณ์การทำงานมายาวนาน สามารถวางแผนจัดการความเสี่ยง วางแผนการเงิน ตรวจสอบการทำงานของพนักงานอย่างใกล้ชิด และ ยังสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี จึง สรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในธุรกิจนำ เที่ยวเป็นอย่างดี สามารถ วางแผนการขายส่งเสริม การตลาด เขียน โปรแกรม ทัวร์ และจัดกาสำนักงาน ได้เป็นอย่างดี	จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และแบบสอบถามความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำให้เห็นว่า บุคลากรมี ความรู้ในธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างดี สามารถวาง แผนการขายส่งเสริมการตลาด เขียน โปรแกรมทัวร์ได้ หลากหลาย จัดการสำนักงานได้โดยไม่ต้องมีผู้จัดการ หรือเจ้าของสั่งการ จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ มาตรฐาน
	4. บุคลากรมีความรู้เรื่อง กฎหมายและพรบ.ธุรกิจนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า บุคลากรมีความรู้เรื่องกฎหมายและพรบ.ธุรกิจนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์น้อยมาก เนื่องจากมองว่าเป็นเรื่อง ยากแก่การเข้าใจและการศึกษา จึงไม่ได้ให้ความ สนใจเท่าที่ควรตลอดจนไม่มีการบังคับใช้อย่าง จริงจัง จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา

ตารางที่ 5.4 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ (ต่อ)

1. มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
	5. บุคลากรสามารถจัดทำใบเสนอราคา การคิดคำนวณค่าตัว และจัดทำสัญญา ระหว่างองค์กรได้ ตลอดจนการทำธุรกรรมทางการเงินได้	จากการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า บุคลากรสามารถทำใบเสนอราคา คำนวณค่าตัวเบื้องต้นได้ และยังสามารถทำสัญญา ระหว่างองค์กร ทำธุรกรรมทางการเงินได้ เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นงานที่ทำอยู่อย่างสม่ำเสมอ จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
3. มีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงาน	1. มีสถานที่หรือสำนักงานที่สามารถติดต่อได้ชัดเจน เอื้อต่อการติดต่อประสานของนักท่องเที่ยวและพนักงานในองค์กร	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการจำนวนมากไม่มีสำนักงานที่สามารถติดต่อประสานงาน จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนาให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้
	2. มีใบอนุญาตติดไว้ให้เห็น ได้ชัดเจน	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการไม่ติดใบอนุญาตไว้ให้เห็นเด่นชัด ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว และดูแลอุปกรณ์สำนักงานให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	จากการสังเกตและจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.84) เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อยู่ในเกณฑ์ดี มีความพร้อมในการใช้งาน จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน



ตารางที่ 5.4 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ (ต่อ)

1. มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
4. การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ	1. ผู้บริหารและบุคลากรสามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการปฏิบัติงานและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว สามารถโต้ตอบข้อความอิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมการขาย และประสานระหว่างองค์กรได้เป็นอย่างดี	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้บริหารและบุคลากรยังใช้ภาษาต่างประเทศในการปฏิบัติงานต่างๆได้ในวงจำกัด ไม่มีความหลากหลายทางภาษา จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	2. มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อออนไลน์ทุกประเภท และหมั่นฝึกฝนและติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอยู่เสมอ	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการไม่ค่อยมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อออนไลน์มากนัก หรือบางรายมีแต่ยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	3. สามารถจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยวได้	จากการสังเกต การสัมภาษณ์และจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการสามารถจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยวอย่างง่ายได้เป็นอย่างดี จึงสรุปว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

### ตารางที่ 5.4 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ (ต่อ)

#### 1. มาตรฐานด้านองค์กรและการจัดการ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
5. การมีส่วนร่วมของสังคม และสวัสดิภาพการทำงาน	1. มีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมน้อยมากและไม่ค่อยให้ความสำคัญ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	2. มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยวและหน่วยงานทุกองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการหลายรายไม่ให้ความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยวและหน่วยงานต่างๆ เนื่องจากมองว่าไม่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมดังกล่าว จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	3. องค์กรต้องจัดมีสวัสดิการค่าตอบแทนที่มีความยุติธรรม ตลอดจนส่งเสริมความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการ ไม่ได้มีการกำหนดค่าตอบแทนสวัสดิการที่ยุติธรรมมากเพียงพอ และไม่ได้ส่งเสริมความก้าวหน้าของบุคลากร โดยทุกอย่างขึ้นอยู่กับรายได้ขององค์กรเป็นหลัก จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา

จากการเปรียบเทียบการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันกับกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนด้านองค์กรและการจัดการ พบว่าประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐานคือ ตัวชี้วัดที่ 1 บริษัทจะต้องมีนโยบายแผนการปฏิบัติงาน และระเบียบข้อบังคับเรื่องการกำหนดคนนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้มีความชัดเจน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีระเบียบข้อบังคับของการทำงานมีแบบแผนการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เนื่องจากพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในครั้งเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวเป็นผู้บริหาร หรือเป็นลักษณะกิจการในครอบครัว ดังนั้นการทำงานต่างๆจึงไม่มีระเบียบแบบแผนที่วางไว้อย่างชัดเจน สามารถยืดหยุ่นได้ตามความพอใจ จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความเข้มแข็งและประสิทธิภาพการทำงานที่ได้ไม่คงที่

รวมถึงการมอบหมายงานอาจไม่เกิดประสิทธิผลสูงสุด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจึงควรพัฒนามาตรฐานดังกล่าวให้องค์กรมีความเข้มแข็ง พัฒนาการทำงานเป็นทีมสู่การแข่งขันในอาเซียน

ตัวชี้วัดที่ 2 ผู้บริหารตลอดจนบุคลากรมีความรู้ความสามารถในธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ผู้บริหารและบุคลากรในธุรกิจยังไม่มีความรู้และตระหนักในความสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎหมายและพรบ.ธุรกิจนำเที่ยว และมีเหตุผลที่มากนัก เนื่องจากมองว่าเป็นเรื่องไกลตัว อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ไม่ได้มีมาตรการเข้มงวดตามพรบ.ธุรกิจนำเที่ยวและมีเหตุผลที่เท่าที่ควร ซึ่งผู้ประกอบการเองต้องการให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจัดการอบรมหรือให้ความรู้เรื่องดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านกฎหมายแก่ผู้ประกอบการอีกทางหนึ่งด้วย

ตัวชี้วัดที่ 3 มีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงาน พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวหลายราย ไม่มีสถานที่หรือสำนักงานที่สามารถติดต่อได้ชัดเจน ส่วนใหญ่ใช้บ้านเป็นที่ทำงาน ไม่มีการติดป้ายใบอนุญาตนำเที่ยว และใช้โทรศัพท์เป็นช่องทางในการติดต่อประสานงาน ใช้การโฆษณาทางเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก เป็นหน้าร้านในการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจนำเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นว่าผู้ประกอบการมีตัวตนอยู่จริงหรือไม่ ประกอบกับข่าวเรื่องการหลอกลวงนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ และผู้ประกอบการนี้ยังเป็นอุปสรรคต่อการที่หน่วยงานต่างๆ จะเข้ามารตรวจสอบ ช่วยเหลือ และพัฒนา เนื่องจากไม่ปรากฏตัวตนและสถานที่ชัดเจน

ตัวชี้วัดที่ 4 การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวยังไม่มีความรู้ด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อออนไลน์มีเพียงพอ หรือบางรายอาจมีความรู้พื้นฐานอยู่บ้างแต่ไม่ได้ใช้ให้เป็นประโยชน์มากนักทำให้ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์น้อยลง เนื่องจากในปัจจุบันสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ มีความสำคัญและความรวดเร็วเป็นอย่างมาก อีกทั้งผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัยจึงไม่มีความถนัดเรื่องดังกล่าวมากนัก ฉะนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาตนเองและหมั่นฝึกฝนติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ โดยมีหน่วยงานต่างๆ เข้าไปให้การช่วยเหลืออีกทางหนึ่งด้วย

ตัวชี้วัดที่ 5 การมีส่วนร่วมของสังคม และสวัสดิภาพการทำงาน พบว่า เรื่องสวัสดิภาพการทำงาน ค่าตอบแทนต่างๆ ยังไม่มีความชัดเจน ยืดหยุ่นมากน้อยตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและรายได้ของบริษัท หรือผู้ประกอบการบางก็ไม่ได้จ้างพนักงานประจำแต่เป็นพนักงานอิสระ จึงไม่ได้กำหนดเรื่องสวัสดิการ ค่าตอบแทนไว้เป็นที่แน่นอน ตลอดจนไม่มีการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพด้วยการศึกษา หรือฝึกอบรมใดๆ ซึ่งอาจเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในท้องถิ่นไปได้ และอีกประเด็นคือการมีส่วนร่วมของชุมชนผู้ประกอบการ ไม่ได้ตระหนักเรื่องการมีส่วนร่วมหรือการพัฒนาต่างๆ และการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเท่าที่ควร ตลอดจนการเข้าไปรวมกลุ่มกับสมาคมการท่องเที่ยวและองค์กรต่างๆ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่มีความเป็นเอกภาพ แยกเป็นกลุ่มย่อยๆ

หลายๆกลุ่ม ทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญในการต่อรองทางการทำธุรกิจ และดูแลมาตรฐานของผู้ประกอบการ ให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดและการที่หน่วยงานต่างๆจะเข้ามาช่วยเหลือได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการร่วมมือกันให้มากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจนำเที่ยวทั้งระบบ

#### ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

##### 2. มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
1. สินค้าและบริการ	1. โปรแกรมทัวร์ที่กำหนดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ โดยระบุองค์ประกอบต่างให้ครบถ้วน อาทิ ราคา สถานที่ เป็นต้น	จากการสังเกตพบว่า ในโปรแกรมทัวร์ของผู้ประกอบการระบุทุกอย่างไว้อย่างครบถ้วนตามองค์ประกอบ ประกอบกับการที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสูง (3.85) ในด้านดังกล่าว จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. มีบริการด้านการท่องเที่ยวที่ครบวงจรทั้งนำเที่ยว จองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก อาหาร บริการรถรับส่ง และตัวเข้าชมสถานที่	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการมีการให้บริการเฉพาะบางอย่างเท่านั้น ไม่ครอบคลุมทั้งหมด จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนาให้ครบถ้วนมากขึ้น
	3. มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้าบริการให้นักท่องเที่ยวได้ทราบอย่างครบถ้วนก่อนการตัดสินใจ	จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการมีการอธิบายรายละเอียดของสินค้าบริการอย่างชัดเจน ครบถ้วนง่ายต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.92) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	4. มีการส่งเสริมการขาย จุดขาย และมีแผนการส่งเสริมการขายทั้งในและต่างประเทศด้วยช่องทางทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขาย จุดขายน้อย โดยเฉพาะแผนส่งเสริมการขายในต่างประเทศที่ผู้ประกอบการไม่มีแผนดังกล่าวเนื่องจากไม่มีความรู้มากเพียงพอ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา

ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

2. มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
2. มีการประสานงานการจัดนำเที่ยว	1. มีการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องล่วงหน้าก่อนเดินทาง อาทิ ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านของที่ระลึก	จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำงานจึงสามารถประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องแม่นยำ และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.83) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
3. การจัดมัคคุเทศก์และพนักงานบริการ	1. มีการจัดมัคคุเทศก์และทีมงานที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สื่อสารภาษาต่างประเทศได้น้อย 2 ภาษาและเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า มัคคุเทศก์และทีมงานบริการสื่อสารได้เพียงภาษาอังกฤษเท่านั้น ยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอื่นๆ ได้ ทั้งยังมีความต้องการที่เรียนรู้ภาษาเพิ่มขึ้นอีกด้วย จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ด้านภาษาหลากหลายขึ้น
	2. จำนวนมัคคุเทศก์และทีมงานที่มีสัดส่วนเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการได้จัดจำนวนมัคคุเทศก์และทีมงานดูแลนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้นักท่องเที่ยวได้	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการรวมทั้งบุคลากรมีความรู้และประสบการณ์สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและรวดเร็ว จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	4. จะต้องแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติให้เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวไม่ขัดต่อหลักศาสนา ศีลธรรมอันดีงาน และธรรมเนียมปฏิบัติในแต่ละพื้นที่	จากการสังเกตพบว่า มัคคุเทศก์มีการแนะนำเรื่องการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานที่ ธรรมเนียมของแต่ละพื้นที่ก่อนเดินทางเสมอๆ ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.83) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

2. มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
4. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	1. มีการตรวจสอบความพร้อมของยานพาหนะตลอดจนถึงอำนาจความสะดวกก่อนเดินทาง	จากการสังเกตพบว่า เจ้าหน้าที่และบุคลากรมีการตรวจสอบความพร้อมของยานพาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ก่อนเดินทางอยู่เป็นประจำ หากพบปัญหาจะได้รับการแก้ไขโดยเร็ว ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (4.00) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. การเจ้าหน้าที่จะตั้งอยู่พื้นฐานของปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยจะต้องแนะนำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลการถึงการปฏิบัติตนด้านความปลอดภัยก่อนเดินทางทุกครั้ง	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า การเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องหลัก ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (4.06) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. มีอุปกรณ์และความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นตลอดจนการส่งต่อนักท่องเที่ยวไปยังสถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ในยานพาหนะต่างๆ ตลอดจนในสำนักงานมีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้กรณีฉุกเฉิน จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	1. ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครันทั้งยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และสิ่งทีนักท่องเที่ยวร้องขอในกรณีที่มีความจำเป็น	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวไว้อย่างครบครัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

2. มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
	2. การดูแลนักท่องเที่ยวตั้งแต่รับจนถึงการส่งนักท่องเที่ยวกลับโดยความประทับใจ	จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการเอาใจใส่นักท่องเที่ยวตั้งแต่วันแรกจนถึงวันสุดท้ายของการเดินทางทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจ ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (4.01) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
6. ราคาและคุณภาพ	1. ราคาของสินค้าบริการต้องมีความยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยว	จากการสังเกตพบว่า ราคาของสินค้าบริการในจังหวัดตรังอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานมีราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.76) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. คุณภาพของการจัดนำเที่ยวที่พัก อาหาร ยานพาหนะต้องมีความเหมาะสมกับราคา	จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการได้เลือกสรรที่พัก อาหาร ยานพาหนะที่เหมาะสมกับราคาให้นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าในเงินที่จ่ายไป ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในด้านดังกล่าวสูง (3.76) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. ต้องมีการติดตามประเมินผลหลังการขายเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดีขึ้นอยู่เสมอ	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีการติดตามผลหลังการขายทุกครั้งเพื่อทราบถึงปัญหาและนำไปปรับปรุงอยู่เสมอ จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบการดำเนินงานจริงกับมาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเข้า (ต่อ)

2. มาตรฐานด้านการดำเนินธุรกิจนำเข้า

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
7. สิ่งแวดล้อมและชุมชน	1. ส่งเสริมการใช้บริการของชุมชน อาทิ ร้านอาหาร ยานพาหนะท้องถิ่น และของที่ระลึกเป็นต้น เพื่อให้ชุมชนมีรายได้	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการใช้บริการของชุมชนทั้งร้านอาหารของที่ระลึก และเรือของท้องถิ่น ทำให้ชุมชนมีรายได้เป็นอย่างดี จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. คำนึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากร	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการต่างตระหนักและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะคำนึงอยู่เสมอว่าทรัพยากรที่มีคุณค่าเป็นต้นทุนทางการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชน	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีรายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นน้อย ส่วนใหญ่เน้นไปทางธรรมชาติมากกว่า จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา

จากการเปรียบเทียบการดำเนินของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าในปัจจุบันกับกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเข้าในอาเซียนด้านมาตรฐานการดำเนินธุรกิจนำเข้า พบว่าประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐาน ดังนี้

ตัวชี้วัดที่ 1 สินค้าและบริการ พบว่า ผู้ประกอบการมีบริการด้านการท่องเที่ยวยังไม่เต็มรูปแบบ มีบริการเป็นบางอย่างที่มีความถนัด หรือมีทรัพยากรอยู่แล้วเท่านั้น อาทิ บริการเฉพาะเรือนำเที่ยว บริการเฉพาะจัดนำเที่ยว บริการเฉพาะจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก และเฉพาะรถรับส่ง หรือมากกว่า 1 อย่างแต่ก็ยังไม่ครบเต็มรูปแบบ หรือการให้บริการเฉพาะการท่องเที่ยว Domestic เท่านั้น ยังไม่มีบริการ Inbound Outbound ด้วย ผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มการบริการให้มากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวและรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และอีกประเด็นก็คือ การส่งเสริมการขาย ณ จุดให้บริการ การส่งเสริมการขายทั้งในและต่างประเทศ อาทิ การจัด โปรโมชัน การออกบูธ งาน ไรต์ โซว์ งาน Table to sale ยังมีน้อย ผู้ประกอบการยังใช้ กลยุทธ์เชิงรับมากกว่าเชิงรุกที่จะหานักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการ



จึงควรวางแผนการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น โดยอาจรวมกับผู้ประกอบการรายอื่นในการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดความสนใจและลดค่าใช้จ่ายได้อีกทางหนึ่งด้วย

ตัวชี้วัดที่ 2 มีการประสานงานการจัดนำเที่ยว พบว่า จากการที่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวสามารถทำให้การประสานงานด้านการท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร และสถานที่ต่างๆเป็นไปโดยความเรียบร้อยอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานและค่อนข้างมีความแม่นยำสูงจึงควรรักษาประสิทธิภาพดังกล่าวไว้

ตัวชี้วัดที่ 3 การจัดมัคคุเทศก์และพนักงานบริการ พบว่า มัคคุเทศก์และทีมงานบริการยังไม่มี ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งและเป็นมาตรฐานเดียวกัน การสื่อสารภาษาต่างประเทศอยู่ใน วงจำกัด อาจสื่อสารได้เฉพาะภาษาอังกฤษเท่านั้น การสื่อสารภาษาจีน มลายูยังมีน้อยมาก ตลอดจนการ บริหารการจัดนำเที่ยวให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว พบว่า อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานเนื่องจากผู้ประกอบการ มีการตรวจเช็คยานพาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ หากพบปัญหาก็สามารถแก้ไขได้ โดยเร็ว มีการจัดนำเที่ยวโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญอันดับหนึ่ง ทั้งยังมีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้ให้นักท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล เบื้องต้นเป็นอย่างดี ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานที่มีความสำคัญดังกล่าวไว้ดูแลนักท่องเที่ยว ตลอดไป

ตัวชี้วัดที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ประกอบการมีจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับ นักท่องเที่ยวอย่างครบครันอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานทั้งที่พัก อาหาร ยานพาหนะ ตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดการ เดินทางทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ผู้ประกอบการจึงควรรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้สร้างความ ประทับใจให้นักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดที่ 6 ราคาและคุณภาพ พบว่า ทั้งราคาสินค้าและบริการรวมถึงคุณภาพของผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยวอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน มีการกำหนดราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยว และยังพบว่าราคาสินค้าและบริการยังมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวใกล้เคียง

ตัวชี้วัดที่ 7 สิ่งแวดล้อมและชุมชน พบว่า โปรแกรมท่องเที่ยวยังไม่ได้นำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่น มาสอดแทรกในโปรแกรมเพื่อสร้างจุดขาย และเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่โดดเด่น อาทิ การแสดงร้องเงิง การแสดงมโนราห์ หรือการจัดนำเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ ทรงคุณค่าเป็นทุนทางสังคม เพื่อดึงดูดและสร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.6 เปรียบเทียบการดำเนินจริงกับมาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

3. มาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
1. จรรยาบรรณในหน้าที่	1. ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ทั้งต่อบุคลากรด้วยกันเอง และต่อนักท่องเที่ยว	จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการให้ความใส่ใจกับคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานมาก โดยยึดเรื่องของการพึ่งพาอาศัยระหว่างกันเป็นสิ่งสำคัญ ประกอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.98) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. ให้ความเสมอภาคกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มโดยไม่เลือกปฏิบัติ	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการให้ความเสมอภาคกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติและศาสนาของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติที่มีความแตกต่างกัน	จากการสัมภาษณ์และการสังเกตทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการยังมีความไม่เข้าใจในวัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติและศาสนาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากไม่ความรู้ด้านนี้ดีพอ จึงสรุปได้ว่าควรได้รับการพัฒนา
	4. มีความซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมาย	จากสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการและบุคลากรต่างยึดถือความซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบในหน้าที่เป็นสำคัญ ประกอบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวสูง (3.98) จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

## ตารางที่ 5.6 เปรียบเทียบการดำเนินจริงกับมาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

### 3. มาตรฐานด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	การดำเนินงานจริง
2. จิตสำนึกทางสังคม	1. จะต้องซื่อตรงไว้ซึ่งศีลธรรมอันดีงามของสังคม	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการรณรงค์เรื่องของศีลธรรมอันงามอยู่อย่างสม่ำเสมอ จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	2. เป็นแบบอย่างที่ดีในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ของความเป็นไทย	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการและบุคลากรต่างเป็นอย่างไรที่ดีมีการรักษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิใจในอัตลักษณ์ความเป็นไทยทั้งยังเผยแพร่ต่อนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจอีกด้วย จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
	3. ไม่เอาเปรียบ และให้ความเอื้อเฟื้อต่อผู้ร่วมวิชาชีพเดียวกัน	จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมวิชาชีพด้วยความเป็นมิตรถ้อยทีถ้อยอาศัยและยังช่วยกันสอดส่องดูแลนักท่องเที่ยวระหว่างกันอีกด้วย จึงสรุปได้ว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

จากการเปรียบเทียบการดำเนินของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันกับกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนด้านจริยธรรมในวิชาชีพ พบว่าประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาตามกรอบมาตรฐาน ดังนี้

ตัวชี้วัดที่ 1 จรรยาบรรณในหน้าที่ พบว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดตรังส่วนใหญ่เป็นคนไทย และชาวต่างชาติกลุ่มสแกนดิเนเวีย ซึ่งผู้ประกอบการมีประสบการณ์และความเข้าใจในพฤติกรรม วัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติอยู่แล้ว แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ที่เดินทางมาตรังมากขึ้น อาทิ นักท่องเที่ยวโซนเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ซึ่งมีพฤติกรรม วัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติศาสนาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้เพียงพอ และอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาพฤติกรรม วัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจเชิญวิทยากรที่มีความรู้ด้านดังกล่าวมาให้ความรู้ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดที่ 2 จิตสำนึกทางสังคม พบว่า โดยรวมแล้วผู้ประกอบการมีการดำเนินงานตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง ศีลธรรมอันดีงาม ทั้งยังเป็นแบบอย่างสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวได้เห็น ทำให้ผู้ประกอบการอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ดีมีจิตสำนึกทางสังคม จึงควรรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้ให้เป็นแบบอย่างที่ดีเสมอไป

## 5.2 อภิปรายผล

**แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

ผลการวิจัยดังกล่าวจากการเก็บข้อมูลในส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพราะนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการชี้วัดการบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวว่าสามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด รวมถึงนักท่องเที่ยวยังเป็นหัวใจสำคัญที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในการแข่งขันด้านต่างๆ อีกด้วย

ผลจากการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการเก็บข้อมูลในภาคส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดตรัง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นสอดคล้องกับงานวิจัยของจัญจพร ศิริกาญจน์ (2553) ที่กล่าวว่าบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในด้านต่างๆ คือ มาตรฐานด้านบุคลิกภาพ มาตรฐานด้านคุณธรรมจริยธรรม มาตรฐานด้านความรู้ ความสามารถทั่วไป และมาตรฐานด้านความสามารถ/ทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร ซึ่งสามารถรวบรวมจากทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง นำไปสู่การจัดทำแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีแนวทางต่างๆ ดังนี้

**แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ด้านการบริหาร**

ผู้ประกอบการควรวางแผนการบริหารจัดการองค์กรทั้งระบบ โดยเริ่มจากมีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายขององค์กร แผนการปฏิบัติงาน และระเบียบข้อบังคับต่างให้มีความชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และควรวางาเพื่อเป็นแนวทางในการที่บุคลากรจะนำไปปฏิบัติตาม ให้การทำงานบรรลุตามเป้าประสงค์และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบครบวงจรทั้งการจัดนำเที่ยว การจองตั๋ว จองที่พัก ร้านอาหาร และรถรับส่งสนามบิน ทั้งการนำเที่ยว Domestic Inbound Outbound ซึ่งอาจจะไม่สามารถทำได้ทั้งหมดในคราวเดียวกัน แต่ก็ควรจะเรียนรู้ทำเพิ่มขึ้นทีละอย่างตาม

ความถนัด เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนถึงการคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรด้วยการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและพนักงาน โดยการมีสถานที่ตั้งของสำนักงานชัดเจน มีภูมิทัศน์สถานที่ที่เหมาะสมกับการให้บริการ สร้างความมั่นใจและความพึงใจให้นักท่องเที่ยวเป็นด้านแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Comelius, Yolandi และ Elmien (2009) วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับบรรยากาศ ภูมิทัศน์บริการและในการเป็นจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการรับรู้บรรยากาศและภูมิทัศน์บริการของแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่เกี่ยวกับปัจจัยทางเพศ ซึ่งทำให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาบรรยากาศและการออกแบบภูมิทัศน์บริการ

ทั้งนี้จะต้องมีการกำหนดเวลาทำการที่แน่นอน มีการติดป้ายชื่อบริษัท ป้ายใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ออกโดยสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการใช้บริการตามความคิดเห็นของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภลักษณ์ สุริยะ (2556) วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมบูติกกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวอาเซียนยังมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการสูงที่สุด โดยด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขเป็นอันดับแรกคือ คุณลักษณะด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอาเซียนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจต่อไป และผู้ประกอบการจะต้องดำเนินตั้งอยู่พื้นฐานของพรบ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (2551) ส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรทุกคนตระหนักและให้ความสำคัญในการศึกษาประเด็นรายละเอียดของพรบ.ดังกล่าวด้วย

นอกจากนี้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีการอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับพรบ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนให้คำแนะนำปรึกษาข้อกฎหมายต่างๆเกี่ยวกับการทำธุรกิจท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และจะต้องมีการสอดส่อง เข้มเข็ญการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการทั้งในสำนักงานและตามแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถวางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ อาทิ การออกบูธ งาน Road Show งาน Table Top Sale ทั้งในและต่างประเทศได้ด้วย และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นการช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการสามารถกู้เงินไปลงทุนหรือขยายโอกาสทางธุรกิจต่อไปได้อีกทางหนึ่งด้วย

### แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการที่วัยขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ด้านทักษะความรู้

ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักในการพัฒนาบุคลากรในด้านการสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อออนไลน์ทุกประเภท เพื่อให้บุคลากรสามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว แม่นยำ และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการทำตลาดผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกรูปแบบซึ่งผู้ประกอบการอาจไม่มีความเชี่ยวชาญซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสิฐ รัตนเชตกุล (2550) วิจัยเรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยสู่การผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้ นโยบายการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การชำระเงินonline การขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เครื่องมืออุปกรณ์และระบบเครือข่าย การขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร การตัดรားระหว่างผู้ประกอบการ งบประมาณการจัดทำ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่ยังมองไม่เห็นความสำคัญด้านนี้ ฉะนั้นผู้ประกอบการจึงควรหันมาใส่ใจและฝึกฝนความสามารถทางเทคโนโลยีอยู่เสมอ

ทั้งนี้รวมไปถึงทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศที่มีความจำเป็นมากขึ้นทั้งภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาพื้นฐาน และภาษาอื่นๆเช่น ภาษาจีน ภาษามลายู ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น ผู้ประกอบการควรจัดมีคณาจารย์และพนักงานบริการที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ มีเทคนิคการบริการ มีความรู้ลึกซึ้งในแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ตลอดจนจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันไป แต่ตัวมัคคุเทศก์เองก็จะต้องขวนขวายและหมั่นพัฒนาตนเองให้มีความรู้เฉพาะทางมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาบุคลากรในภาคธุรกิจท่องเที่ยวทั้งการฝึกอบรม การให้ความรู้ และการพัฒนาด้านภาษา และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ร่วมกันบูรณาการองค์ความรู้จากทุกภาคส่วนเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีมาตรฐานที่ใกล้เคียงกันมากที่สุด ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่วัยและตัวแทนองค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง

### แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการที่วัยขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ด้านจริยธรรม

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับจริยธรรมในวิชาชีพ โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติทั้งกับผู้ร่วมงาน กับนักท่องเที่ยว และกับเพื่อนร่วมวิชาชีพด้วยกัน เพื่อให้สร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการจะต้องเคารพให้เกียรติต่อวัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติ ศาสนาของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติที่มีความแตกต่างกัน

โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในกลุ่มเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาเรียนรู้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และแลกเปลี่ยนทัศนคติที่ดีต่อกัน โดยการศึกษาจากผู้มีประสบการณ์หรือเพื่อนร่วมธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จในการเรียนรู้ เข้าใจ และตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางศาสนา วัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติได้เป็นอย่างดีตามข้อเสนอแนะของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับสวัสดิภาพการทำงานตลอดจนความก้าวหน้าในงานของบุคลากรในองค์การตามความคิดเห็นของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพราะบุคลากรเหล่านี้มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนและนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จได้ โดยองค์กรจะต้องมีการกำหนดค่าตอบแทน สวัสดิการ ของบุคลากร โดยยุติธรรม ตลอดจนส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ ได้รับการศึกษาก่อนประกอบอาชีพเพื่อพัฒนาตนเองและสามารถร่วมกันนำองค์กรสู่ความสำเร็จและการเติบโตในยุคการแข่งขันของภูมิภาคอาเซียน ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิษย์ธรา กันทะเสน (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศในมุมมองด้าน โลจิสติกส์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยว่า พบว่าผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ และยังพบว่าอีกว่าแนวทางที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนา คือ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาผู้นำเที่ยวและบุคลากรเนื่องจากสามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายและไม่ต้องใช้งบลงทุนสูงมากนัก และสามารถทำให้เกิดความประทับใจและสร้างความแตกต่างให้แก่บริษัทได้

#### **แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ด้านการมีส่วนร่วม**

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่นการรับฟังความคิดเห็นของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวที่อาจจะสะท้อนปัญหาต่างๆ หรือความต้องการต่าง ตลอดจนข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการจะต้องส่งเสริมการใช้บริการของชุมชน อาทิ ร้านอาหาร ของที่ระลึก ยานพาหนะ เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน ได้เกิดความสมดุลทางเศรษฐกิจในพื้นที่ ตลอดจนนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสอดแทรกใน โปรแกรมท่องเที่ยว เช่นการแสดง การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน เพื่อสร้างจุดขายและความแตกต่างทางการท่องเที่ยว และมีร่วมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันอนุรักษ์และปลูกจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ความสมบูรณ์ต่อไป โดยอาจมีการกำหนดการทำกิจกรรมทางสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรืออาจจะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของหน่วยงานของภาครัฐด้านการสาธารณสุข ประโยชน์และสิ่งแวดล้อมในทุกครั้งที่มีโอกาส

ซึ่งประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดอีกประเด็นหนึ่งคือ ตามความคิดเห็นของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องคือ ผู้ประกอบการในพื้นที่จะต้องรวมตัวกันให้เข้มแข็งเป็นปึกแผ่นมากยิ่งขึ้น ในรูปแบบของ

สมาคมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ลดการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายเป็นกลุ่มก้อนต่างๆ สร้างทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกัน เพื่อให้สมาคมทางการท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น โดยจะต้องมีการบูรณาการทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าด้วยกันเพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระเบียบพรณ ทงห่อ (2548) วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการทั้งองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากรบุคคล และทุนทางธรรมชาติที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นมาประสานและเกื้อกูลกัน ทั้งนี้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรส่วนท้องถิ่น องค์กรชาวบ้านและชุมชน ควรร่วมมือและประสานงานกันอย่างใกล้ชิด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทยได้อย่างครบวงจรและยั่งยืนตลอดไป

ทั้งนี้เพื่อสร้างพลังในการขับเคลื่อน และง่ายต่อการที่หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือด้านงบประมาณ และ โครงการพัฒนาต่างๆตามความคิดเห็นของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะสามารถดำเนินการ โครงการต่างๆไปได้อย่างรวดเร็ว โดยอาจมีการกำหนด โครงการพัฒนาผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการแข่งขันเมื่อเข้าสู่ AEC เป็นโครงการสำคัญลำดับต้นๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น หรือเพิ่มความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น อาทิ การดำน้ำ การท่องเที่ยวชุมชน การเดินป่า การท่องเที่ยวชมพะยูน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและความต้องการเฉพาะด้านมากขึ้นในปัจจุบัน
2. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ในอัตราดอกเบี้ยต่ำสำหรับภาคธุรกิจ SME ด้านธุรกิจนำเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเงินลงทุนดังกล่าวไปต่อยอดและพัฒนากิจการตลอดจนสินค้าและบริการให้มีความก้าวหน้าและทันสมัยมากขึ้น
3. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนควรเร่งให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวด้านการบริหาร ความรู้ด้านกฎหมาย และภาษาที่ 3 หรือ 4 เพราะจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมีความกังวลและตระหนักในความสำคัญของเรื่องดังกล่าวเป็นลำดับต้นๆ ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนามีประสิทธิภาพสัมฤทธิ์ผลทั้งระบบอย่างแท้จริง
4. ผู้ประกอบการควรพัฒนาแผนส่งเสริมการขายในต่างประเทศในเชิงรุกมากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นและมีความนิยมท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นนั้น



โดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียนและจีน เพื่อให้ผู้ประกอบการของจังหวัดมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรนำแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับจังหวัดรัฐผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับใช้จริง เพื่อศึกษาจุดบกพร่องและนำวิเคราะห์หาทางแก้ไข โดยใช้ทฤษฎีวงล้อเดมมิ่งเป็นตัวช่วยในการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการเกี่ยวกับในพื้นที่จังหวัดรัฐ การศึกษารั้งต่อไปสามารถนำไปประยุกต์ในการศึกษาผู้ประกอบการเกี่ยวกับในจังหวัดอื่นๆ หรือในกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ อาทิ ผู้ประกอบการสปา ผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจรรยาเป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาวิจัยต่อเนื่องในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดรัฐ โดยอาจเป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ หรือการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดรัฐ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กวิน วงศ์ลีดี, สกฤต จริยาแจ่มสิทธิ์, และ โอปอ พงษ์พานิช สุรารักษ์. (2554). ความพึงพอใจ  
ด้านปัจจัยการตลาด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทย  
อีกครั้ง. รายงานวิจัยวิทยาลัยนานาชาติ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). การท่องเที่ยวไทยในอาเซียนและทิศทางหลังเปิด AEC.  
สืบค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2557, จาก <http://www.thai-aec.com/518>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง. (2556, 18 มกราคม). ททท.ตรังตั้งเป้าท่องเที่ยวปี 56.  
เอสทีวีผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2557, จาก <http://www2.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9560000007031>
- กรมการท่องเที่ยว. (2555). แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวปี  
พ.ศ. 2555 – 2560. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2557, จาก <http://www.tourismkm-asean.org7.html>
- \_\_\_\_\_. (2555). มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2557, จาก  
<http://www.tourism.go.th>
- \_\_\_\_\_. (2556). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2557,  
จาก [http://newdot2.samartmultimedia.com/farms/uploaded/Traveller%20Stat/2556/South/\\_2.pdf](http://newdot2.samartmultimedia.com/farms/uploaded/Traveller%20Stat/2556/South/_2.pdf)
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). เป้าหมายของ AEC. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2557,  
จาก [http://www.dtn.go.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7063%3](http://www.dtn.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=7063%3)
- กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). ทศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อ  
AEC, *วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555 (1)*.
- จิวรีรัตน์ คงตระกูล. (2556). โอกาสทางการตลาดท่องเที่ยวไทยบนความท้าทายกับการก้าวสู่ AEC  
(ตอนที่2), *วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556 (3)*.
- จริญญา ณพิบูล, และ วาริชต์ มัชฌมบุรุษ. (2552). การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา  
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการ  
จัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ :  
มหาวิทยาลัยพะเยา.

- นัฐสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2553). *แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม : กรณีศึกษา โรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศิษย์ฐา คันทะแสน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศในมุมมองด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงราย : มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2540). *พฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนกฤต สังข์เจย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นิตยา ทวีชีพ, พัชรินทร์ กิรติวินิจกุล, และวรรณวิภา จัตุชัย. (มกราคม-เมษายน 2553). *ความต้องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรม ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ เขต กรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*, 7(1).
- นิตา ชัยกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : บริษัท วี. พรินท์ (1991) จำกัด.
- นิตา อินตะสงค์. (2552). *ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ ประเทศในกลุ่มอาเซียน+6*. สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นำชัย ทนุผล. (2540). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. พิมพ์ครั้งที่สอง. เชียงใหม่ : สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว, คณะธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2555). *ธุรกิจท่องเที่ยวพร้อมรับ AEC หรือยัง*. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2557, จาก <http://www.thai-aec.com/612>
- พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2522). *ราชกิจจานุเบกษา*. หมวดที่ 1, 2-3
- พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. (2551). *ราชกิจจานุเบกษา*. หมวดที่ 2

- พิศิฐ รัตนเขตกุล. (2550). *ความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยสู่การผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้นโยบายการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัฒนศักดิ์ ฮุ่นตระกูล. (2555) *การพัฒนาธุรกิจ Hospitality ในภาคบริการท่องเที่ยว เพื่อก้าวสู่ตลาดอาเซียน AEC*. มุลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ และกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/478069>
- ภาณุวิชญ์ ทองยิ้ม. (2544). *การสร้างตัวแบบเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารงานพัฒนาชนบทระดับหมู่บ้านด้านเศรษฐกิจครัวเรือน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ระพีพรรณ ทองหล่อ. (2548). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบครบวงจร The Potential development of integrated Thai tourism*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2547). *การแก้ปัญหาแบบควิซี*. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี. วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2554). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554-2558*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ สุริยะ. (2256). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมบูติกกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *บทความออนไลน์ MRA on Tourism Professionals*. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2557, จาก [http://secretary.mots.go.th/person/ewt\\_news.php?nid=1548](http://secretary.mots.go.th/person/ewt_news.php?nid=1548)
- สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *บทความออนไลน์ ประชาคมอาเซียน คือ อะไร*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2557, จาก [http://secretary.mots.go.th/person/ewt\\_news.php?nid=1542](http://secretary.mots.go.th/person/ewt_news.php?nid=1542)
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2548). *ความรู้เกี่ยวกับ SMEs เบื้องต้น*. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2557, จาก <http://home.kku.ac.th/uac/sme/smebasic.htm>
- \_\_\_\_\_ . (2555). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2555 – 2559*.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). *นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.*
- สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมจังหวัดตรัง (2557). *ที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2557.*
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, (2552). *ทฤษฎีวงล้อเดมมิง. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2557, จาก <http://colacooper.blogspot.com/2012/10/edward-damming.html#!/2012/10/edward-damming.html>*
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2540). *ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สำนักงานจังหวัดตรัง, (2556). *ประวัติจังหวัดตรัง. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2557, จาก <http://www.tranghappiness.org/เมืองตรังวันวาน.html>*
- \_\_\_\_\_. (2555). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดตรัง พ.ศ.2557 – 2560. จังหวัดตรัง*
- อนุสรณ์ ธรรมใจ. (2555). *ประชาคมอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2557, จาก <http://ประชาคมอาเซียน.net/aec-blueprint/>*
- อุทัย บุญประเสริฐ. (2545). *การบริหารจัดการสถานศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน School-based Management. หนังสือชุดปฏิรูปการศึกษา ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- เอี่ยมพร หลินเจริญและคณะ. (2552). *ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้คะแนนการทดสอบ O-NET ของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่ำ. สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน) <http://www.niets.or.th>.*
- Cornelius, H., Yolandi, B., Elmien, D. (2009). The relationship between atmospherics, servicescape and destination attractiveness of a holiday destination. *Innovative Marketing*, 5(1).
- Jennings, G.(1955). *Tourism research. Australia* : John wiley & sons Australia Ltd.
- University of Queensland. (n.d.) *CBAMT-Competency Standard for Tourism in ASEAS States.* Retrieved from: <http://www.uq.edu.au/cbamt>.
- Weaver., & David B. (2000). *Tourism Management*. 2nd edition. Singapore : Kyodo Printing Co (S'pore) Ltd.
- Zapalska., & Alina M.B. (2004). *Characteristics of Polish entrepreneurship in the tourism and hospitality industry* (Denis Tourism Lewis College of Business, Marshall University. Worthington, USA. Robert Morris University, Moon Township, USA.)

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม**



แบบสัมภาษณ์สำหรับ ภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรัง ของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC

ชื่อ – สกุล ผู้สัมภาษณ์.....นายสกุล ทวีพัฒนะพงศ์.....วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....  
เวลา.....สถานที่.....

ข้อมูลทั่วไปของการสัมภาษณ์

ชื่อ – สกุล.....อายุ.....  
ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

ท่านมีความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะอย่างไรกับคำถามดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานองค์กร
2. สถานการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรังเป็นอย่างไร
3. แนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในปัจจุบันสู่การแข่งขันในยุคของการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน
4. การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวและสมรรถนะของผู้ประกอบการในอาเซียน
5. ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดันการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว
6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จะประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

--ขอขอบคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้--

### แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรัง ของตัวผู้ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังผู้ประกอบการสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC  
ชื่อ – สกุล ผู้สัมภาษณ์.....นายสกุล ทวีพัฒนพงษ์.....วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....  
เวลา.....สถานที่.....

ข้อมูลทั่วไปของการสัมภาษณ์

ชื่อ – สกุล.....อายุ.....  
ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

#### 1. สภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

- 1.1 ข้อมูลการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน
- 1.2 ปัญหาอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหา
- 1.3 การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับ พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หรือไม่
- 1.4 ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังในมุมมองของผู้ประกอบการ
- 1.5 ผลประกอบการ โดยภาพรวมของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรัง
- 1.6 จุดแข็งและจุดอ่อนของการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง

#### 2. สถานะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต

- 2.1 คู่แข่งทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 2.2 การแข่งขันในอาเซียน โอกาสและอุปสรรคคืออะไร
- 2.3 การแข่งขันทางเทคโนโลยีการสื่อสารต่อธุรกิจท่องเที่ยว

#### 3. การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเติบโตในยุคการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

- 3.1 มีการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตรัง
- 3.2 ที่ผ่านมีการส่งบุคลากร หรือตัวคุณเองเข้าไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือ โครงการฝึกอบรม เพื่อการพัฒนาธุรกิจหรือไม่

3.3 ที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง ตลอดจนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือแหล่งข้อมูลในการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

3.4 แนวทางการพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจของตนเอง

4. มาตรฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

4.1 มาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4.2 ผู้ประกอบการทราบหรือไม่ว่ากรมการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวไว้ 3 ด้าน ประกอบด้วยอะไรบ้าง

4.3 ในอนาคตผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอาเซียนต้องมีลักษณะแบบไหน

5. ข้อเสนอแนะต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

--ขอขอบคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้--

ชุดที่

--	--	--

## แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

เรื่องการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดตรังสู่ประชาคม  
เศรษฐกิจอาเซียน

## คำอธิบาย

1. แบบสอบถามวิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการได้รับบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังสู่ประชาคมอาเซียน
2. ข้อมูลที่ได้จากความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรังให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ขอความอนุเคราะห์ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อด้วยความรู้สึกที่แท้จริง และเป็นจริงมากที่สุด ไม่มีคำตอบใดถูกหรือผิดและไม่ผลกระทบบใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรุณาให้ข้อมูลในแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน
4. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว
  - ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง
  - ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง
  - ตอนที่ 4 ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว
  - ตอนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง
  - ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัย

นายสกล ทวีพัฒนะพงศ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ท่านต้องการตอบ

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

13-25 ปี  26-60 ปี  มากกว่า 60ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา  มัธยมศึกษา  อนุปริญญา /ประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
 ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

4. ค่าเฉลี่ยของการใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวจังหวัดจริงของท่าน

ต่ำกว่า 5,000 บาท  5,001 – 10,000 บาท  
 10,001 -20,000 บาท  มากกว่า 20,000 บาท

5. จำนวนวันที่ท่านท่องเที่ยวในจังหวัดจริง

ไปเช้า-เย็นกลับ  2-6 วัน  
 1 สัปดาห์  มากกว่า 1 อาทิตย์

6. ท่านเคยมาเที่ยวจังหวัดจริงแล้วกี่ครั้ง

ครั้งแรก  ครั้งที่สอง  
 มากกว่า3ครั้ง  อาศัยอยู่ที่จังหวัดจริง

7. ท่านเดินทางมาจังหวัดจริงกับใคร

มาคนเดียว  มากับคนรัก  
 มาเป็นกลุ่มเล็ก  มาเป็นกลุ่มใหญ่

8. คุณรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจริงได้อย่างไร

จากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์  จากเพื่อนและครอบครัว  
 จากบริษัททัวร์และตัวแทนการท่องเที่ยว  อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. อะไรเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาเที่ยวจังหวัดจริง

คำแนะนำจากเพื่อนและญาติมิตร  ประสบการณ์ที่ผ่านมา  
 เดินทางผ่านแสวงหาสิ่งแปลกใหม่  คำแนะนำจากบริษัททัวร์และตัวแทนการท่องเที่ยว  
 เว็บไซต์และนิตยสารอื่นๆ  อื่นๆ.....

10. เมื่อพูดถึงจังหวัดตรงที่ท่านคิดถึงสิ่งใดเป็นสิ่งแรก

- อาหารการกิน       วัฒนธรรมท้องถิ่น       ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง  
 ธรรมชาติ       การช้อปปิ้ง       สถานที่ทางประวัติศาสตร์  
 อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจ	ปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
1. คุณภาพด้านที่พัก					
2. คุณภาพด้านอาหารและเครื่องดื่ม					
3. คุณภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว					
4. คุณภาพด้านมัคคุเทศก์และพนักงานบริการ					
5. คุณภาพด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง					
6. คุณภาพด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว					
7. คุณภาพด้านมาตรฐานการบริการ					
8. คุณภาพด้านคุณธรรมจริยธรรมในการบริการ					
9. คุณภาพของสินค้าและบริการ หรือ แพคเกจมีความน่าสนใจ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจ	ปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
1. ด้านราคาที่พัก					
2. ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
3. ด้านราคาเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
4. ด้านราคาของสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง					
5. ด้านราคาของแพ็คเกจนำเที่ยว					
6. ด้านราคาของบริการท่องเที่ยวอื่นๆ					

ตอนที่ 4 ด้านสถานที่และองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจ	ปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
1. สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดให้บริการ					
2. ป้าย สัญลักษณ์ โบว์ชัวร์ หรือเอกสารแนะนำการบริการ					
3. มีการส่งเสริมการขายและการตลาด					
4. มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ถูกต้อง					
5. พนักงาน ณ จุดให้บริการมีความรู้ที่เหมาะสมในการให้บริการนักท่องเที่ยว					
6. พนักงาน ณ จุดให้บริการแสดงความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยว					
7. สามารถทำเองหรือประสานงานได้ ณ จุดให้บริการลูกค้า					

ตอนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจ	ปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
1. คุณภาพของข้อมูลที่เสนอต่อนักท่องเที่ยว					
2. คุณภาพช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว					
3. คุณภาพของป้ายบอกข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว					
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่มาจากองค์กรของภาครัฐ					

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านมีความประสงค์จะกลับมาเที่ยวจังหวัดตรังอีกหรือไม่

มีความประสงค์       ไม่มีความประสงค์       ไม่แน่ใจ

2. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดตรังหรือไม่

แนะนำ       ไม่แนะนำ       ไม่แน่ใจ

ข้อเสนอแนะ .....

.....

.....

-- ขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ --



No **Tourist Questionnaire****Subject : A development approach for small and medium tour operators in Trang province for ASEAN****Economic Community****This Questionnaire consists of 6 parts**

Part one : Tourist's Demographic Characteristics and Behavior.

Part two : Tourist's level of satisfaction about product and service of tour operators in Trang.

Part three : Tourist's level of satisfaction about tour operators in Trang price.

Part four : Tourist's level of satisfaction about location and composition of services.

Part five : Tour's level of satisfaction about Trang tourism promotion.

Part six : Tourist's recommendation

**Part one : Tourist's Demographic Characteristics and Behavior.**Please mark  in the box that corresponds to your very best.

1. Gender

 Male Female

2. Age

 13-25 Years old 26-60 Years old More than 60 years old

3. What is the level of your education?

 Primary school High school Vocational education College/University Graduate school

4. What is your average spending per trip in Trang ?

 Less than 5,000 THB 5,001 – 10,000 THB 10,001 -20,000 THB More than 20,000 THB

5. How many days are you staying in Trang province ?

 A few days 2-6 Days A week More than a week

6. Have you been to Trang before?

 First time A few times Many times Work or live in Trang

7. You come to trang with whom?

- By myself                       Couple  
 Small group                       Large group

8. How do you know about tourism destinations in Trang ?

- Website                       Friends and family  
 Tour and Agency                       Others .....

9. What is the most important factor influencing for you to come to Trang?

- Recommendation from friends and family                       Previous experience  
 Recommendation from tour/Agency                       Exploring somewhere new  
 Website/Magazine                       Others .....

10. When talk about Trang, what come to your mind first?

- Local food                       Local culture                       Souvenir/handicraft  
 Natural destinations                       Shopping                       Historical sites  
 Others.....

**Part two : Tourist's level of satisfaction about product and service of tour operators in Trang.**

Please mark ✓ in the box that corresponds to your very best.

	Very satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied	Very dissatisfied
1. The overall quality of available lodging/accommodations.					
2. The overall quality of food and beverage.					
3. The overall quality of attractions.					
4. The overall quality of guide and staff.					
5. The overall quality of vehicles which are used to traveling.					
6. The overall quality of security in tourism.					
7. The overall quality of service standard.					
8. The overall morality and ethics in service.					
9. The overall quality of product and service or package are interesting.					

**Part three : Tourist's level of satisfaction about tour operators in Trang price.**

Please mark ✓ in the box that corresponds to your very best.

	Very satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied	Very dissatisfied
1. The overall price of available lodging/accommodations.					
2. The overall price of food and beverage.					
3. The overall fee to visit natural attractions.					
4. The overall price of souvenir/handicraft.					
5. The overall price of package tour.					
6. The overall price of other travel services.					

**Part four : Tourist's level of satisfaction about location and composition of services.**

Please mark ✓ in the box that corresponds to your very best.

	Very satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied	Very dissatisfied
1. The overall quality of facilities and on-site service.					
2. The overall quality of signs, brochure or document for service.					
3. The overall quality of provide for the promotion and marketing.					
4. A valid tour license or certificate.					
5. The staff on site service, knowledgeable and willing to give advice.					
6. Book and coordinate ticketing on site service.					

**Part five : Tour’s level of satisfaction about Trang tourism promotion.**

Please mark ✓ in the box that corresponds to your very best.

	Very satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied	Very dissatisfied
1. The overall quality of information available.					
2. The overall quality of channel to received information.					
3. The overall quality of sign posting to attraction and facilities.					
4. The overall quality of Foreign Languages communication in Trang.					
5. The overall quality of Information provided by the organization of the tourism sector .					

**Part six : Tourist’s recommendation**

Please mark ✓ in the box that corresponds to your very best.

1. Would you like to come back to visit Trang again?

- Yes                       No                       Not sure

2. Would you recommend you friends and family to visit Trang?

- Yes                       No                       Not sure

**Comments** .....

.....

.....

--Thank you for your cooperation in completing this questionnaire --

ภาคผนวก ข  
การหาค่าความเชื่อมั่น

**Reliability** ชาวต่างชาติ-รวมทุกด้าน

**Scale:** ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	25

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	4.2667	1.08066	30
b2	3.9667	.18257	30
b3	3.8667	.34575	30
b4	3.7000	.87691	30
b5	4.4667	.62881	30
b6	3.9667	.31984	30
b7	3.8000	.40684	30
b8	3.7333	.44978	30
b9	3.5333	.68145	30
c1	3.6667	1.06134	30
c2	3.7000	.95231	30
c3	3.4333	.81720	30
c4	3.6000	.85501	30
c5	3.7000	.74971	30
c6	3.6000	.85501	30
d1	4.0000	.52523	30
d2	3.6667	.66089	30
d3	4.0333	.92786	30
d4	3.8000	.55086	30
d5	3.8333	.79148	30
d6	3.6333	.66868	30
d7	4.0333	.55605	30
e1	4.0000	.64327	30
e2	3.9000	.71197	30
e4	4.0000	.58722	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	91.6333	37.068	.429	.720
b2	91.9333	42.478	.578	.733
b3	92.0333	41.826	.434	.730
b4	92.2000	40.097	.272	.734
b5	91.4333	38.530	.635	.711
b6	91.9333	41.789	.483	.730
b7	92.1000	42.024	.322	.733
b8	92.1667	42.902	.133	.740
b9	92.3667	40.102	.385	.726
c1	92.2333	40.875	.139	.749
c2	92.2000	43.683	-.056	.762
c3	92.4667	42.051	.110	.746
c4	92.3000	43.252	-.009	.755
c5	92.2000	40.579	.287	.732
c6	92.3000	42.217	.084	.748
d1	91.9000	41.541	.306	.732
d2	92.2333	41.151	.271	.733
d3	91.8667	38.878	.358	.727
d4	92.1000	40.507	.439	.725
d5	92.0667	37.513	.593	.708
d6	92.2667	41.720	.199	.738
d7	91.8667	41.568	.280	.733
e1	91.9000	40.438	.371	.727
e2	92.0000	39.517	.431	.722
e4	91.9000	39.748	.512	.720



## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
95.9000	43.886	6.62467	25

Reliability---014 2

Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	9

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	4.5333	.62881	30
b2	3.9667	.18257	30
b3	3.8667	.34575	30
b4	4.0333	.55605	30
b5	4.4667	.62881	30
b6	3.9667	.31984	30
b7	3.8000	.40684	30
b8	3.8000	.48423	30
b9	3.7333	.78492	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	31.6333	4.930	.515	.685
b2	32.2000	6.166	.624	.709
b3	32.3000	5.734	.550	.694
b4	32.1333	5.982	.174	.749
b5	31.7000	4.562	.673	.648
b6	32.2000	6.028	.404	.713
b7	32.3667	5.620	.508	.694
b8	32.3667	5.757	.332	.719
b9	32.4333	4.944	.345	.737

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.1667	6.764	2.60084	9

Reliability—0013

Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
c1	3.8000	.96132	30
c2	3.7000	.91539	30
c3	3.2000	.92476	30
c4	3.7000	1.02217	30
c5	2.8000	.92476	30
c6	3.7000	.70221	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c1	17.1000	8.783	.673	.668
c2	17.2000	8.855	.706	.661
c3	17.7000	10.838	.304	.771
c4	17.2000	8.441	.683	.663
c5	18.1000	12.162	.081	.823
c6	17.2000	10.097	.661	.691

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.9000	13.541	3.67986	6

**Reliability---004****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	7

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
d1	3.9333	.52083	30
d2	3.5333	.77608	30
d3	3.7000	.98786	30
d4	3.6000	.72397	30
d5	3.7000	.87691	30
d6	3.6333	.66868	30
d7	3.9667	.66868	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
d1	22.1333	9.844	.111	.741
d2	22.5333	7.223	.636	.629
d3	22.3667	6.654	.559	.648
d4	22.4667	8.326	.390	.694
d5	22.3667	7.413	.481	.671
d6	22.4333	8.737	.327	.707
d7	22.1000	8.231	.469	.677

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.0667	10.478	3.23700	7

Reliability—0.741

Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	4

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
e1	4.0000	.64327	30
e2	3.9000	.71197	30
e3	3.9000	.75886	30
e4	4.0000	.58722	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
e1	11.8000	2.441	.618	.623
e2	11.9000	2.369	.557	.655
e3	11.9000	2.576	.388	.763
e4	11.8000	2.648	.577	.652

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.8000	4.097	2.02399	4

Reliability-ชาวไทยรวมทุกด้าน

Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	26

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	3.7000	.98786	30
b2	3.2333	1.35655	30
b3	3.6333	1.29943	30
b4	3.4667	1.27937	30
b5	3.2333	1.33089	30
b6	3.7333	1.11211	30
b7	3.3000	1.36836	30
b8	3.8667	1.04166	30
b9	3.3000	1.26355	30
c1	2.9333	1.22990	30
c2	3.0000	1.17444	30
c3	3.0333	1.32570	30
c4	3.3333	1.15470	30
c5	3.2333	1.40647	30
c6	3.3000	1.20773	30
d1	3.2333	1.19434	30
d2	3.2000	1.27035	30
d3	3.0333	1.32570	30
d4	3.6333	1.06620	30
d5	3.0667	1.46059	30
d6	3.6667	1.09334	30
d7	3.6667	.99424	30
e1	3.5333	1.16658	30
e2	3.8000	.84690	30
e3	3.7667	.72793	30
e4	3.8333	.83391	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	85.0333	123.206	.262	.740
b2	85.5000	130.466	-.077	.764
b3	85.1000	121.059	.251	.741
b4	85.2667	119.789	.304	.737
b5	85.5000	122.534	.191	.745
b6	85.0000	120.897	.319	.736
b7	85.4333	130.323	-.073	.763
b8	84.8667	124.051	.206	.743
b9	85.4333	115.357	.478	.725
c1	85.8000	128.717	-.011	.757
c2	85.7333	122.823	.220	.742
c3	85.7000	115.597	.441	.727
c4	85.4000	118.317	.409	.730
c5	85.5000	112.328	.524	.720
c6	85.4333	125.013	.128	.748
d1	85.5000	130.190	-.062	.760
d2	85.5333	114.533	.507	.723
d3	85.7000	118.148	.348	.734
d4	85.1000	122.438	.269	.739
d5	85.6667	117.540	.324	.736
d6	85.0667	121.237	.311	.737
d7	85.0667	117.651	.523	.726
e1	85.2000	120.993	.295	.738
e2	84.9333	123.099	.325	.737
e3	84.9667	119.964	.592	.728
e4	84.9000	118.645	.583	.726



## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
88.7333	129.926	11.39853	26

Reliability---ตอนที่ 2

Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	9

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	3.9000	.66176	30
b2	3.9000	.95953	30
b3	4.1333	.73030	30
b4	3.9000	.75886	30
b5	3.9333	.63968	30
b6	3.9667	.66868	30
b7	4.0333	.61495	30
b8	4.0333	.71840	30
b9	3.6667	.88409	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	31.5667	13.495	.251	.757
b2	31.5667	11.771	.374	.747
b3	31.3333	11.609	.605	.703
b4	31.5667	12.392	.409	.735
b5	31.5333	11.913	.641	.702
b6	31.5000	12.121	.555	.714
b7	31.4333	12.944	.414	.735
b8	31.4333	12.737	.371	.741
b9	31.8000	12.097	.370	.744

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
35.4667	15.154	3.89282	9

**Reliability--0013**

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
c1	3.4333	.77385	30
c2	3.4333	.72793	30
c3	3.7000	.65126	30
c4	3.7333	.63968	30
c5	3.8667	.68145	30
c6	3.8000	.61026	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c1	18.5333	5.637	.302	.762
c2	18.5333	5.913	.255	.770
c3	18.2667	5.375	.512	.698
c4	18.2333	5.013	.671	.654
c5	18.1000	4.990	.621	.665
c6	18.1667	5.247	.617	.672

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.9667	7.344	2.70992	6

Reliability---ศ๑๓4

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	7

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
d1	3.5667	.85836	30
d2	3.5333	.97320	30
d3	3.7333	.69149	30
d4	3.5333	.97320	30
d5	3.8667	.73030	30
d6	3.8333	.79148	30
d7	3.7667	.85836	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
d1	22.2667	11.651	.147	.760
d2	22.3000	9.045	.556	.662
d3	22.1000	10.093	.609	.662
d4	22.3000	10.286	.323	.727
d5	21.9667	11.551	.234	.735
d6	22.0000	9.931	.539	.671
d7	22.0667	8.685	.756	.610

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.8333	13.247	3.63966	7

Reliability---0.715

Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
e1	3.7333	.82768	30
e2	3.7333	.90719	30
e3	3.7000	.79438	30
e4	3.8333	.83391	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
e1	11.2667	4.685	.388	.812
e2	11.2667	4.133	.489	.770
e3	11.3000	3.941	.693	.661
e4	11.1667	3.592	.782	.607

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.0000	6.759	2.59973	4

ภาคผนวก ค  
ประวัติผู้เขียน

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นายสกล ทวีพัฒนพงษ์

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5510521097

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย	2552

## ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

พ.ศ. 2552 – พ.ศ. 2554

ตำแหน่ง Freelance Guide

พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน

ตำแหน่ง ผู้จัดการ

สถานที่ทำงาน เกตุสุวรรณทราเวล ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน

ตำแหน่ง คณะกรรมการสมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง

สถานที่ทำงาน สมาคมการท่องเที่ยวและ โรงแรมจังหวัดตรัง

## การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

สกล ทวีพัฒนพงษ์. 2558. การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมใน

จังหวัดตรังสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหาร

จัดการ ครั้งที่ 7, 28 มิถุนายน 2558 ณ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.