

ชื่อเรื่อง	การปรับตัวเชิงการบริหารของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนิสา เผด็จพันธ์พงศ์
ชื่อปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารองค์การ ภาครัฐและเอกชน
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.เกรียงไกร เจริญผล

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การปรับตัวเชิงการบริหารของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน สภาพการบริหารจัดการบริษัทนำเที่ยว และการปรับตัวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และฐานข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า

สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศคู่ค้าอาเซียน (ASEAN+3) คือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระดับที่สูง มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยเป้าหมายทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

สภาพการบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรบุคคล ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ต้องมีความอดทน มีประสบการณ์ และพูดภาษาต่างประเทศได้ ด้านงบประมาณ ต้องการเงินเพื่อใช้ในการลงทุนในส่วนของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ด้านเครื่องมือที่ใช้สำหรับทำการตลาด มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้อยู่เสมอเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง และด้านการจัดการ มีการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การประเมินแผน และการปรับปรุงแผน ซึ่งผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดตามมาตรฐานวิชาชีพทางการท่องเที่ยว มีการวางตำแหน่งงานตามมาตรฐานของบริษัททัวร์ และการติดตามสถานการณ์ทางด้านการท่องเที่ยว พัฒนา ฝึกอบรมด้านการบริการแก่พนักงาน

อย่างต่อเนื่อง

การปรับตัวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริษัท สินค้าทางการท่องเที่ยว การสรรหา รักษา พัฒนาพนักงานให้อยู่กับองค์กรเพื่อรองรับการแข่งขันเมื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการปรับแผนโครงสร้างทางการตลาด การบริหารจัดการ การรวมกลุ่ม การทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องเรียนรู้ เตรียมพร้อมให้มากขึ้นผู้ประกอบการต้องเข้าใจ และเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เน้นฝึกอบรมบุคลากรให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในระดับสากล การได้รับความร่วมมือ สนับสนุนในการบริหารจัดการของภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว

Title	Managerial Adaptation of Tour Companies in Chiang Mai Province Leading To The ASEAN Community
Author	Miss Nisa phadiangphanphong
Degree of	Master of Public Administration in Public and Private Organization Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Kriengkrai Charoenphon

ABSTRACT

This study aimed to explore situations of tourism in the ASEAN community and managerial adaptation of tour companies in Chiang Mai leading to the ASEAN community. The sample group in this study consisted of tour company entrepreneurs in Chiang Mai province. A set of questionnaires and in-depth interview were used for data collection and analyzed by using descriptive statistics. Frequency, percentage, mean, and standard deviation were used for the statistical treatment.

Findings showed that there was a tendency to have a high rate of increased number of tourists visiting Chiang Mai province particularly from the ASEAN community, China, Japan, and South Korea and most of them preferred natural tourist spots.

Regarding the condition of managerial administration of tour companies in Chiang Mai province based on personnel resource, budget, marketing tool, and management, the tour companies put the importance on operational efficiency of staff; that was, they must have experience, be tolerant, and skillful in foreign languages. They must employ new technology to cope with current changes. In addition, the companies must have good management, planning, assessment, and improvement. It was found that the entrepreneurs ran their business in accordance with rules and regulation of tourism profession. That was there was positioning in accordance with the standard of tour companies, tourism situation monitoring, and continual staff training.

For the adaptation of tour companies in Chiang Mai province leading to the ASEAN community, the tour company entrepreneurs put the importance on development of their companies, tourism products, and staff recruitment to cope with competition in the ASEAN

community. Besides, they provided various tour programs to cope with needs of tourists. There was the adaptation of marketing structure, managerial administration, group forming, and coordination between the public and private sectors for tourism public relations both inside and outside the country.

For suggestions, tourism business needs to learn and be ready for current changes more than ever. Entrepreneurs must understand and perceive needs of tourist. They must put the importance on staff training to be knowledgeable and skillful at an international level. They should have coordination and support from public and private sectors. Also, community-based tourism can be an alternative for entrepreneurs and tourists.

