



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติ
ใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

Developing Creative Pop-culture Tourism Indicators in New Normal Era in
Chiang Mai, Lamphun and Lampang

โดย

อาจารย์ ดร.กิตติกาญจน์ กาญจนะคูหา

อาจารย์ ดร.ชนิดา กิจวรเมธา

อาจารย์ ดร.ชัยมงคล โฆษิตสุริยะพันธุ์

อาจารย์ขวัญข้าว พูลเพิ่ม

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มิถุนายน 2565

เลขที่สัญญา C10F640158

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่
จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

คณะผู้วิจัย สังกัด
อาจารย์ ดร.กิตติกาญจน์ กาญจนะคุหะ
อาจารย์ ดร.ชนิดา กิจวรเมธา
อาจารย์ ดร.ชัยมงคล โฆษิตสุริยะพันธุ์
อาจารย์ขวัญข้าว พูลเพิ่ม
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

สัญญาเลขที่ C10F640158

การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุ สาเหตุการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/หรือ จากการปรับแผน	ผลสำเร็จ %	
1. บทที่ 1	100	
2. บทที่ 2	100	
3. บทที่ 3	100	
4. บทที่ 4	100	
5. บทที่ 5	100	

ลงนาม.....(หัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน)

วันที่.....

บทสรุปผู้บริหาร

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง” มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อคือ 1. เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง 2. เพื่อทราบสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

กระบวนการวิจัยเริ่มด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากภาคเครือข่าย 5 กลุ่มประกอบด้วย 1) ภาครัฐส่วนกลาง 2) ภาครัฐส่วนท้องถิ่น 3) ภาคเอกชน 4) ภาคประชาสังคม และ 5) ภาคประชาชน ด้วยการประชุมกลุ่มย่อย การจัดเวทีเสวนา การประชุมกลุ่มใหญ่ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการนำคำซ้ำที่ได้ผลในการหาแก่นเรื่อง (Theme) ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหานี้เป็นการวิจัยที่หาความสำคัญทั้งข้อความที่เป็นรูปธรรมชัดเจน (Manifest Content) และการวิเคราะห์โดยนัยหรือตีความ (Latent Content) โดยการนำการทบทวนวรรณกรรมมาเป็นแนวทางในการหาแก่นเรื่องของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดและร่างตัวชี้วัดตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ และพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะแรงงานในอนาคตของตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 สรุปได้ว่าตำแหน่งงานที่เป็นที่ต้องการจากภาคเครือข่ายที่จะเป็นผู้ที่ใช้แรงงานในอนาคต (Demand Driven) คือ 1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร 3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว โดยในแต่ละตำแหน่งงานมีคุณลักษณะ คุณสมบัติและสมรรถนะที่พึงประสงค์อย่างไร แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวไปสืบค้นเพิ่มเติมและนำมาสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

ขั้นตอนที่สองเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการนำแบบสอบถามที่พัฒนาสำเร็จที่ผ่านการทำ IOC และทดลองใช้เรียบร้อยแล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีความสนใจในตำแหน่งงานดังกล่าว ที่กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาในคณะและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะรัฐศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ และ คณะมนุษยศาสตร์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและ ลำปาง ซึ่งแต่ละตำแหน่งงานได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 400 คน รวมทั้งสิ้น 1,200 คน ตามตำแหน่งงานดังต่อไปนี้ (1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร (3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามปกติและแบบสอบถามออนไลน์ตาม Platform ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าถึงได้สะดวก เช่น Google Form, Line และ E-mail เป็นต้น

ผลจากการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อทราบสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตำแหน่ง: นักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม

สมรรถนะที่คาดหวังจากผู้ต้องการใช้แรงงานจากการประเมินระดับสมรรถนะของแรงงานในอนาคตพบว่า ทุกสมรรถนะ ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะในระดับปานกลาง โดยสมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยมีค่าเกิน 3.00 ได้แก่ ทักษะการคิดเชิงระบบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 ทักษะการจัดการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 การรักษาความลับขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10 ทักษะการประสานงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08 และความรู้ในระเบียบราชการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.01

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังที่แรงงานในอนาคตควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน 5 อันดับ (มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 3.00) ได้แก่ สมรรถนะในด้านความรู้พื้นฐานในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อทำสื่อทางเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.63 ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนา และการศึกษาข้อกำหนดระเบียบกฎหมายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.71 สมรรถนะด้านทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยที่ 2.74 ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.79 ความรู้ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80

ตำแหน่ง: ผู้ประสานงานกองถ่ายทำภาพยนตร์และละคร

สมรรถนะที่คาดหวังจากผู้ต้องการใช้แรงงานจากการประเมินระดับสมรรถนะของแรงงานในอนาคตพบว่า สมรรถนะส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะในระดับมาก โดยสมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 5

อันดับแรก ได้แก่ 1) สมรรถนะในการยึดถือจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 2) สมรรถนะในการจัดการโครงการให้สำเร็จ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 3) สมรรถนะในการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และสมรรถนะของความสามารถในการทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 3.78 4) สมรรถนะของทักษะการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และ 5) สมรรถนะการทำงานอย่างเป็นระบบ และ สมรรถนะในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังที่แรงงานในอนาคตควรพัฒนา 5 ลำดับแรกได้แก่ 1) สมรรถนะของทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 2) สมรรถนะความรู้ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 3) สมรรถนะในการแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ และ สมรรถนะด้านความรู้จักพื้นที่ล้าหน้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 3.43 4) สมรรถนะทักษะด้านการเจรจาต่อรอง และทักษะการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และ 5) ความต้องการที่จะรู้จักผู้คนใหม่ ๆ ผู้ร่วมงานใหม่ ๆ เครือข่ายใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59

ตำแหน่ง: ผู้ประสานงานตลาดการท่องเที่ยว

สมรรถนะที่คาดหวังจากผู้ต้องการใช้แรงงานจากการประเมินระดับสมรรถนะของแรงงานในอนาคตพบว่า สมรรถนะของแรงงานในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 14 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะในการต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ แสวงหาเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 รองลงมาได้แก่ มีความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 มีทักษะในการบริหารเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 มีการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 มีทักษะการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53 มีการรักษาจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 มีทักษะการขายและการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 มีการแสวงหาความรู้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 มีทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 สมรรถนะในการจัดโครงการให้สำเร็จ การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ 3.46 และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังของแรงงานในตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ ๆ ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 4 สมรรถนะ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้ ความสามารถในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 ความสามารถในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.34 มีความรู้เรื่องตลาดผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28 และสามารถทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18

สมรรถนะที่คาดหวังที่แรงงานในอนาคตควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน ตำแหน่งผู้ประสานงานตลาดการท่องเที่ยว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะน้อยที่สุดได้แก่ ทักษะการเจรจาต่อรอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.27 ทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันที่ 2.27 ความสามารถในการสื่อสารการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 ทักษะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.42 และมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ล้าหน้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.52

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสามารถขับเคลื่อนและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในประเทศไทย อาจเกิดขึ้นได้และสามารถมีการบูรณาการในหลายฝ่าย หลายภาคี เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม(อว.) เป็นต้น คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งรับผิดชอบในการพัฒนามาตรฐานอุปทานทางการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์เป็นแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อปรับปรุงสมรรถนะของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม โดยเฉพาะหมวดความรู้ รวมไปถึงการถ่ายทอดสมรรถนะที่ต้องการในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำสมรรถนะต่าง ๆ ของบุคลากรหลังจากการพัฒนาแล้วไปส่งเสริมภาพลักษณ์และการดึงดูดนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง
2. ข้อเสนอแนะต่อกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม(อว.) ด้านการพัฒนามาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เกี่ยวกับตำแหน่งงานทั้ง 3 ตำแหน่งตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่ต้องการ ซึ่งปัจจุบันกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา มักจะครอบคลุมกลุ่มสมรรถนะหลักที่ต้องการที่อยู่ในกลุ่มการส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพอยู่แล้ว ดังที่ปรากฏในรายวิชาพื้นฐาน รายวิชาเฉพาะ และรายวิชาเลือก แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อให้หลักสูตรที่เกี่ยวข้องในการสร้างความพร้อมและเตรียมสมรรถนะแก่แรงงานในอนาคตของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม ควรมีการทบทวนกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (มคอ.1) โดยเพิ่มประเด็นในกลุ่มสมรรถนะที่ส่งเสริมให้การทำงานและองค์กรมีประสิทธิภาพ 2) สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล และ3) ทักษะเกี่ยวกับตนเอง โดยทบทวนเนื้อหา รายวิชา กระบวนการเรียนการสอน กลยุทธ์ในการประเมินการสอน อาจเป็นการ

ปรับปรุงรายวิชา หรือพิจารณาเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ กลุ่มความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มการแสวงหาเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มทัศนคติเกี่ยวกับการมองตนเอง รวมไปถึงการเพิ่มลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์

3. ข้อเสนอแนะต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาจปรับปรุงกติกาให้เป็นกรอบหน้าที่หรือเป็นแผนพัฒนาบุคลากรในเชิงรุก การปรับปรุงตำแหน่ง ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ หรือบรรจุเป็นแผนในการพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่เพื่อตอบสนองต่อการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์
4. ข้อเสนอต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ข้อเสนอต่อกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ควรเน้นประเด็นเรื่องการพัฒนาสมรรถนะฝีมือแรงงานให้เข้ากับความต้องการและความคาดหวังของผู้ต้องการใช้แรงงานในอนาคต และ กระทรวงวัฒนธรรม ควรนำประเด็นในการสร้างความเข้าใจร่วมกันกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการบูรณาการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย
5. ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ สามารถเป็นแนวทางให้แก่สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว โรงแรม การจัดประชุมและนิทรรศการ รวมไปถึงผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิง ได้ใช้เป็นกรอบในการประเมินสมรรถนะเบื้องต้นในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน หรือเป็นกรอบในการสร้างแผนการเรียนรู้แก่บุคลากรในเชิงรุก แผนในการสร้างการเรียนรู้ให้แก่บุคลากรนั้น ต้องพิจารณาจากว่าองค์กรต้องการสิ่งใดเป็นหลักในการพัฒนาบุคลากรในสมรรถนะ 3 กลุ่ม 1) สมรรถนะด้านความรู้ 2) สมรรถนะด้านทักษะ หรือ 3) สมรรถนะด้านทัศนคติ ซึ่งผลจากการวิจัย ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มาจากภาคเครือข่ายภาคเอกชนให้ความเห็นว่า “ทัศนคติ” เป็นสิ่งเฉพาะบุคคลที่สร้างได้ยากกว่าสมรรถนะในด้านความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญ นอกจากการปลูกฝังในเรื่องทัศนคติตั้งแต่เยาว์ชนแล้ว การเสริมพลังในการปรับปรุงทัศนคติ โดยเฉพาะทัศนคติเกี่ยวกับตนเองอาจต้องใช้วิธีการโดยผ่านการอบรมต่าง ๆ ซึ่งรูปแบบการอบรมและกิจกรรมอาจมีความแตกต่างกันในบริบทของสถานประกอบการ ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน อาจจะต้องมีนโยบายการสร้างร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาแรงงานในอนาคตที่อาจจะได้ทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้บัณฑิตที่ตรงตามความต้องการตามสมรรถนะ คุณสมบัติ คุณลักษณะ และศักยภาพที่คาดหวัง ส่งผลให้ประเทศไทยมีบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีคุณภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ

ข้อเสนอแนะต่องานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- ระดับท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ อบจ. อบต. และภาคีเครือข่ายควรนำข้อมูลและปรากฏการณ์ที่ค้นพบไปปรับเป็นแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปพัฒนาแรงงานในอนาคต เพื่อให้มีสมรรถนะและคุณลักษณะด้านต่างๆตรงตามความคาดหวัง เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

- ระดับประเทศ รัฐบาลควรใช้นโยบายและแนวปฏิบัติของคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ (กรอ.) เป็นหลัก และใช้แผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ (2560) ที่อธิบายว่า ต้องมีการจัดโครงสร้างระบบบริหารให้มีคุณภาพเพื่อให้การดำเนินงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องควรยกระดับคุณภาพขีดความสามารถบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 (2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ต้องมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นยกระดับคุณภาพขีดความสามารถบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ทัดเทียมในระดับโลก โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบัณฑิต ซึ่งเป็นแรงงานในอนาคตให้มีคุณลักษณะและสมรรถนะตรงตามความต้องการของผู้ใช้แรงงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องสมรรถนะในตำแหน่งงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์และจัดทำคู่มือ เพื่อถ่ายทอดความรู้ให้เป็นสาธารณะซึ่งทำให้ผู้ที่มีความสนใจทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องได้เตรียมความพร้อม รวมถึงพัฒนาขีดความสามารถของตนเองให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้นๆ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง และ 2) เพื่อทราบสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากภาคีเครือข่ายในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ภาคีภาครัฐส่วนกลาง 2) ภาคีภาครัฐส่วนท้องถิ่น 3) ภาคีภาคเอกชน 4) ภาคีภาคประชาคม และ 5) ภาคีภาคประชาชนเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมที่มีอยู่ในพื้นที่ในปัจจุบัน เพื่อระบุสมรรถนะที่ต้องการและจำเป็นสำหรับบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ได้ อย่างไรก็ตาม ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์จากภาคีเครือข่ายพบว่า จำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่จัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมในพื้นที่นั้นมีน้อยและหน้าที่ความรับผิดชอบยังไม่มี ความชัดเจน แต่ภาคีเครือข่าย โดยเฉพาะภาคเอกชนนั้น ต้องการบุคลากรในอนาคตที่จะเป็นแรงงานสำคัญของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคม (Demand Driven) 3 ตำแหน่งงาน ได้แก่ 1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรม 2) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร และ 3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดท่องเที่ยว

หลังจากได้ทราบถึงตำแหน่งงานและสมรรถนะที่จำเป็นของแต่ละตำแหน่งงานแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้นำตัวชี้วัดไปสำรวจกลุ่มแรงงานในอนาคตที่สนใจในตำแหน่งงานทั้ง 3 ตำแหน่งดังกล่าว ตำแหน่งงานละ 400 คน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมาจากหลายสาขาวิชา อาทิ การท่องเที่ยวและการโรงแรม นิเทศศาสตร์ รัฐศาสตร์ การจัดการและบริหารธุรกิจ เป็นต้น จากผลการสำรวจพบว่า สำหรับ 1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมนั้น สมรรถนะที่แรงงานในอนาคตต้องการการพัฒนาได้แก่ สมรรถนะในด้านความรู้พื้นฐานในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อทำสื่อทางเทคโนโลยี ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนา และการศึกษาข้อกำหนดระเบียบกฎหมายอยู่เสมอ สมรรถนะด้านทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความรู้ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ 2)

ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร สมรรถนะที่แรงงานในอนาคตต้องการการพัฒนาได้แก่ สมรรถนะของทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ สมรรถนะความรู้ด้านการตลาด สมรรถนะในการแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ สมรรถนะด้านความรู้จักพื้นที่ล้านนาเป็นอย่างดี สมรรถนะทักษะด้านการเจรจาต่อรอง ทักษะการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้า และ การแสวงหาเครือข่าย และ 3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว สมรรถนะที่แรงงานในอนาคตต้องการการพัฒนาได้แก่ ทักษะการเจรจาต่อรอง ทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ความสามารถในการสื่อสารการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ ทักษะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า และมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ล้านนาเป็นอย่างดี

คำสำคัญ: ตัวชี้วัด สมรรถนะ การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม

Abstract

This research “The Developing Creative Pop-culture Tourism Indicators in New Normal Era in Chiang Mai, Lamphun, and Lampang” aims to 1) develop the indicators to evaluate the competencies of personnel in the creative pop-culture tourism management in New Normal Era in Chiang Mai, Lamphun and Lampang; and 2) know the performance of personnel competencies in creative pop-culture tourism management in the area. This research was conducted with mix-methods; using the qualitative method such as the focus group and in-depth interview techniques. The quantitative research method was using to survey the future workers competencies by distributing to college students in the area. The benefit of this research is to prepare workers for the pop-culture tourism and develop skills needed from demand driven.

For the qualitative research method, the researchers collected information about the competencies in creative pop-culture tourism management that will be need for the jobs and developed the competency indicators from 5 network partners (stakeholders); which were from 1) central government network, 2) local government network, 3) private sector network. 4) community networks, and 5) local public sector network. However, the results of focus group discussions and interviews from network partners found that the number of personnel managing popular cultural tourism in the area is small and their responsibilities are unclear, but the network

partners (especially the private sector) looking for future personnel who will be the key workers of pop-cultural tourism management (Demand Driven) of 3 positions; which are 1) Pop-culture Tourism Plan and Policy Analyst, 2) Movies and Series Production Coordinator and 3) Tourism Marketing Coordinator

After the competency indicators of 3 positions from demand driven has developed; the researchers have distributed the questionnaires to the future workers and the results were as follow: 1) Pop-culture Tourism Plan and Policy Analyst need to develop the skills and knowledge of Technological Tools, Lanna local wisdom, regulatory requirements, English communication, initiative thinking and creative tourism knowledge, 2) Movies and Series Project Coordinator would develop skills and knowledge of the usage of foreign languages, marketing knowledge, good knowledge seeking, knowing the area, negotiation, dealing with uncomfortable situations and networking, and 3) Tourism Marketing Coordinators would develop the skills and knowledge of negotiation, foreign languages communication, well written and reading in English, dealing with uncomfortable situations and knowing the area.

Keywords: Indicator, Competencies, Pop-culture Tourism Management

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	9
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	9
1.5 นิยามศัพท์ (เบื้องต้น).....	18
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
1.7 กรอบการวิจัย (Research Framework)	18
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	19
2.1 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม	19
2.2 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	17
2.3 แนวคิดเรื่องศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว	29
2.4 แนวคิดเรื่องสมรรถนะ (Competency).....	31
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	72
3.1 วิธีดำเนินการ.....	76
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	78
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย.....	83
ภาคผนวก	60
บรรณานุกรม.....	Error! Bookmark not defined.

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 2 - 1 แบบจำลองภูเขาน้ำแข็ง (The Iceberg Model).....	24
<u>ภาพ 2 - 2 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะของบุคคลกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมขององค์กร</u>	<u>27</u>
<u>ภาพ 2 - 3 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะกับผลงานและผลลัพธ์</u>	<u>28</u>
<u>ภาพ 3 - 1 ขั้นตอนการวิจัย.....</u>	<u>49</u>

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากจุดเริ่มต้นของกระแสการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Film-induced tourism) หรือการพักผ่อนตามสถานที่ถ่ายทำ (Location Vacation) ได้เกิดพัฒนาการไปสู่การท่องเที่ยวตามรอยความนิยมจากสื่ออื่น ๆ ในเวลาต่อมา อันเป็นผลพวงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสื่อ และการเปิดรับวัฒนธรรมจากที่ต่าง ๆ จนกลายเป็นปรากฏการณ์ที่กำลังมีกระแสไปทั่วโลกที่ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ไปเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางเพราะวัฒนธรรมที่กำลังเป็นที่นิยมนำเสนอถึงจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวผ่านเรื่องราวต่าง ๆ (Whang, Yong, & Ko, 2015) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและผู้บริหารในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต่างยอมรับความสำคัญของวัฒนธรรมนิยม (Pop culture) ในประเภทของการเล่าเรื่อง การบริโภควัฒนธรรมนิยม เช่น รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และดนตรี มีความเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Kim, Long, & Robinson, 2009)

การเกี่ยวข้อองค์ประกอบทางวัฒนธรรมนิยมในปัจจุบันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง Harry Potter ได้ทำให้ซานซาลาในสถานีรถไฟ King's Cross เป็นจุดนิยมของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับผู้ที่สนใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่อาจจะพิจารณาว่า Hollywood เป็นสถานที่สำคัญที่ควรจะต้องไปเยี่ยมเยือน และ Psy นักร้องนักแต่งเพลงชื่อดังของประเทศเกาหลีใต้ได้ทำให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกไปเยือน Gangnam จากเพลง Gangnam Style ใน ค.ศ. 2013 (Whang, Yong, & Ko, 2015) กล่าวได้ว่าวัฒนธรรมนิยมประกอบด้วยการนำวัฒนธรรมมาผลิตและได้รับความนิยม (Storey, 2018) Parker (2011) กล่าวว่ามีการเชื่อมโยงระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมนิยมมาผลิตเนื้อหาให้ผู้บริโภค วัฒนธรรมนิยมเป็นความร่วมมือและสะท้อนสภาพทางสังคมโลกโดยผ่านการสร้างสรรค์การผลิตและการบริโภค

การศึกษาของ Kim (2016) กล่าวถึงที่มาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของวัฒนธรรมนิยมของเกาหลี ว่ามาจากหลายปัจจัย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือนโยบายและความช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องจากภาครัฐ จากที่แต่เดิม เกาหลีเป็นชาติที่เสพวัฒนธรรมนิยมและได้รับอิทธิพลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาจากชาติต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นจากจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา จากจุดเริ่มต้นที่มีการออกนโยบายให้มีการปรับ

คาแรคเตอร์ของตัวละครหลักในซีรีส์เพื่อชี้นำสังคมในฐานะที่เป็นอำนาจอ่อน (soft power) โดยมุ่งหวังการปรับพฤติกรรมของคนในประเทศ จนทำให้เกิดคาแรคเตอร์ของตัวละครชายที่อบอุ่น อ่อนโยน จนเป็นที่ประทับใจของคนในหลากหลายประเทศในเวลาต่อมา โดย Kim (1996) ระบุว่าความสำเร็จของ Hallyu เริ่มมาจากละครสองเรื่องคือ Winter Sonata และ แดจังกึม โดยมีนโยบายและความช่วยเหลือจากภาครัฐในการขับเคลื่อนกระแสวัฒนธรรมนิยมนี้อย่างต่อเนื่อง

หลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลกในปี 1997 รัฐบาลเกาหลีเล็งเห็นถึงข้อจำกัดในการแข่งขันกับต่างชาติทั้งในด้านภูมิศาสตร์ อำนาจทางการทหาร และกำลังคนที่ไม่สามารถสู้ประเทศรอบข้างได้ ทำให้เกิดข้อจำกัดต่าง ๆ อันส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจตามมา (กิตติ ประเสริฐสุข, 2018) จึงเริ่มมองหาและมองเห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมของชาติวิกฤติที่เกิดขึ้นว่าสามารถสร้างคุณค่าผ่านการใช้อำนาจอ่อนได้ จึงดำเนินนโยบายสนับสนุนด้านการจัดการวัฒนธรรมและสื่ออย่างเป็นรูปธรรมในปี 1998 เป็นต้นมา และได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อจนถึงนโยบายปัจจุบันคือวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรม 2020 (กิตติ ประเสริฐสุข, 2018; พัชรี บอนคำ, 2020) โดยเป้าหมายของการดำเนินนโยบายการสนับสนุนผ่านการใช้วัฒนธรรมนิยมสองประการคือ เพื่อสร้างรายได้และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการส่งออกของวัฒนธรรมนิยมต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยผลักดันความนิยมในสินค้าของเกาหลีอื่น ๆ ตามมา และต้องการสร้างความเป็นชาตินิยม ปรับพฤติกรรมไม่พึงประสงค์และก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในชนชาติของคนในชาติตนเอง (กิตติ ประเสริฐสุข, 2018) จากจุดเริ่มต้นที่มีการออกนโยบายให้มีการปรับคาแรคเตอร์ของตัวละครหลักในซีรีส์เพื่อชี้นำสังคมในฐานะที่เป็นอำนาจอ่อน (soft power) โดยมุ่งหวังการปรับพฤติกรรมของคนในประเทศ จนทำให้เกิดคาแรคเตอร์ของตัวละครชายที่อบอุ่น อ่อนโยน จนเป็นที่ประทับใจของคนในหลากหลายประเทศในเวลาต่อมา (กิตติ ประเสริฐสุข, 2018; พัชรี บอนคำ, 2020) การศึกษาของ Kim (2016) กล่าวถึงที่มาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของวัฒนธรรมนิยมของเกาหลี ว่ามาจากหลายปัจจัย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือนโยบายและความช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องจากภาครัฐ จากที่แต่เดิม เกาหลีเป็นชาติที่เสพวัฒนธรรมนิยมและได้รับอิทธิพลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาจากชาติต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นจากจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยระบุว่าความสำเร็จของ Hallyu เริ่มมาจากละครสองเรื่องคือ Winter Sonata และ แดจังกึม โดยมีนโยบายและความช่วยเหลือจากภาครัฐในการขับเคลื่อนกระแสวัฒนธรรมนิยมนี้อย่างต่อเนื่อง (กิตติ ประเสริฐสุข, 2018; พัชรี บอนคำ, 2020; Kim, 1996)

นอกจากประเทศเกาหลีได้แล้ว ยังมีประเทศต่าง ๆ ที่มีความสนใจและใช้นโยบายการใช้อำนาจอ่อนผ่านวัฒนธรรมนิยมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ อาจมาจากความ

เข้าใจและการตีความในการใช้อำนาจอ่อนที่แตกต่างกัน เช่น การใช้วัฒนธรรมนิยมอย่างเป็นรูปธรรมของฝรั่งเศสผ่านกระทรวงวัฒนธรรมและการสื่อสาร โดยฝรั่งเศสมีรายได้จากผู้ซื้อบัตรเข้าชมภาพยนตร์ฝรั่งเศสเป็นจำนวน 12.9 ล้านยูโร จากคน 2.41 ล้านคนในปี 2019 (ภาณุ อารี, 2020) หรือในกรณีประเทศจีน ซึ่งมีความพยายามในการโปรโมทหนังจีนผ่านการเข้าร่วมและการจัดงานภาพยนตร์จีนในต่างประเทศแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดย ภาณุ อารี (2020) กล่าวว่าอาจเป็นเพราะการเซ็นเซอร์ที่เข้มงวดเกินไปและการสอดแทรกอุดมการณ์ด้านสังคมนิยมที่มากเกินไป ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่านอกจากรายได้จากวัฒนธรรมนิยมจากประเทศเหล่านี้ อาจไม่ได้สะท้อนจากเพียงผู้รับชมหรือการประสบความสำเร็จของรายได้ส่วนนี้เท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของประเทศนั้น ๆ ได้เช่นเดียวกับเกาหลีอีกด้วย โดยการสอดแทรกและส่งเสริมวัฒนธรรมนิยมจะก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมจากการใช้วัฒนธรรมนิยมเป็นเครื่องมือในการทำการสร้างแบรนด์ของประเทศในสังคมโลกอีกด้วย (Subramanian, 2017; The Place Brand Observer, 2021)

รัฐบาลเกาหลีได้มีการวางแผนส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาให้เกาหลีมีพัฒนาไปสู่ความเป็นรัฐสวัสดิการทางวัฒนธรรมโดยวัฒนธรรมและเนื้อหาเกาหลี (Korea culture and Content Agency : KOCCA) ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ซึ่งแผนการส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วยหลักเกณฑ์และวัฒนธรรมดังนี้

1. ให้การสนับสนุนการศึกษาเพื่อผลิตเยาวชนที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม
2. สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ
3. อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม
4. ส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม
5. พัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการรวมชาติ
6. สร้างความแข็งแกร่งให้กับการทูตเชิงวัฒนธรรม

KOCCA มีภารกิจในการส่งเสริมสนับสนุนให้นำเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลีสอดแทรกลงไปสู่อุตสาหกรรมต่าง ๆ และการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม มุ่งเน้นเพื่อการส่งออกไปสู่ตลาดภายนอก จึงทำให้คนเกาหลีหันมาสนใจภาพยนตร์และละครเกาหลีมากขึ้นถึงร้อยละ 50 กลายเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดใหม่ที่เกิดจากการบริโภควัฒนธรรม ทำให้กระแสเกาหลีฟีเวอร์เข้ามา

แทนที่ตะวันตกได้ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี ส่งผลให้วัฒนธรรมต่าง ๆ ดารานักร้องชาวเกาหลีเป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยเฉพาะวัยรุ่นในเอเชียที่หลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลีจึงเกิดการลอกเลียนแบบบางคนถึงขั้นเรียนภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารกับดารานักร้องที่ชื่นชอบโดยละครซีรีส์ภาพยนตร์เกาหลีได้ออกอากาศและมีเชิญนักร้องเกาหลีชื่อดังมาเป็นมาเปิดคอนเสิร์ตที่ประเทศไทยด้วยบัตรเข้าชมที่ราคาสูงหลายพันบาท

สำหรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวพบว่า ในปีพ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปยังสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) ถึง 11 ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2554 โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมูลค่ากว่า 14 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อันดับของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเกาหลีใต้จำนวนสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และไทย ตามลำดับ และไทยเป็นประเทศที่เดินทางไปยังเกาหลีใต้สูงสุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากอาเซียน ซึ่งเหตุผลที่เกาหลีใต้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากนั้น มาจากอิทธิพลดึงดูดทั้งที่ไม่รู้ตัวและรู้ตัว โดยเฉพาะละครที่ผลิตโดยเกาหลีใต้ (ซีรีส์เกาหลี) ศิลปิน K-Pop และเครื่องสำอาง อีกทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตหลาย ๆ คน

จากองค์ความรู้ด้าน SME ที่จัดโดย สสว. (2561) กล่าวว่าสาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวยังเกาหลีใต้นั้นมาจาก การที่นักท่องเที่ยวตระหนักว่ากรุงโซลเป็นเมืองแห่งการสร้างสรรค์ กล่าวคือ ในฉากภาพยนตร์และละครเกาหลีใต้ส่วนใหญ่มักมีฉากหลักอยู่ที่กรุงโซล ซึ่งทางรัฐบาลเกาหลีใต้ต้องการโปรโมทเมืองหลวงทางอ้อม และมีการสร้างเนื้อหาให้กรุงโซลเต็มไปด้วยการสร้างสรรค์ที่สวยงาม สื่อถึงความเป็นเมือง มีสถาปัตยกรรม เป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งช้อปปิ้ง แหล่งแห่งความรู้รวมทางศิลปะและวัฒนธรรม และรัฐบาลเกาหลีใต้ยังเสริมแรงด้วยการออกแคมเปญเชิญชวนทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแคมเปญการท่องเที่ยวในชุด Korea Be Inspire หรือปัจจุบันในแคมเปญ Feel the Rhythm of Korea นอกจากนี้แล้ว ฉากต่าง ๆ ที่ปรากฏในภาพยนตร์และละครส่วนใหญ่ก็แฝงการโปรโมทการท่องเที่ยวทางอ้อมด้วยเช่นกัน ซึ่งทางองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ ได้มีการปรับปรุงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวตามภาพยนตร์และละครที่ได้รับความนิยมอยู่เรื่อย ๆ ในอดีตนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะมาท่องเที่ยวเกาหลีใต้ตามรอยละครเรื่อง Jewel of the Palace (แดจังกึม), Winter Love Song (รูปปั้นที่เกาะนามิ) ซึ่งในปัจจุบัน เว็บไซต์ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (2564) [online: <https://english.visitkorea.or.kr/enu/index.kto>] ได้นำเสนอสถานที่ที่เป็นแหล่งถ่ายทำละครเรื่อง Vincenzo และ Inspector of Joy

เกาหลีใต้เคยประสบปัญหาภาพลักษณ์ว่าผลิตภัณฑ์ที่มาจากเกาหลีใต้คือสินค้าคุณภาพต่ำ และไม่เป็นที่นิยม แต่ในปัจจุบัน ประเทศเกาหลีใต้ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาเป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งประเทศเกาหลีใต้ย่อมต้องผ่านอุปสรรคนานับประการมาเช่นเดียวกันกับประเทศอื่น ๆ แต่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ มาสรรสร้างความเป็นที่ออกไปทั่วโลก จนกระทั่งประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จเช่นปัจจุบันนี้ เกาหลีใต้นับเป็นตัวอย่างของประเทศที่รัฐบาลส่งเสริมวัฒนธรรมนิยมอย่างจริงจัง ทูมเททุนทรัพย์และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จนเป็นผลสำเร็จจากการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมมาบูรณาการกับความรักวัฒนธรรมของพลเมืองจนมีส่วนในการร่วมสร้างวัฒนธรรมกับการบริโภคตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยอดเยี่ยม (สสว., 2561)

ภาคเหนือของประเทศไทยมีมนตร์เสน่ห์ ดึงดูดให้ผู้สร้างและผู้เขียนบทให้ใช้สถานที่ในพื้นที่โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เช่น ฮาร์ทบีทเสียงนักรักใหม่ลุง ดิว...ไปด้วยกันนะ Timeline...จดหมายความทรงจำ เป็นต้น [online: <https://news.mthai.com/entertainment/779565.html>] ที่ หรือละคร (ซีรีส์) ต่าง ๆ ที่ใช้จังหวัดเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในฉาก เช่น ตามรักคืนใจ คุณสามี(กำมะลอ)ที่รัก รากนครา กลิ่นกาสะลอง เป็นต้น [online: <https://reviewchiangmai.com/2849-p/>] นำเสนอสถานที่ที่เป็นจุดสำคัญให้นักท่องเที่ยวได้ตามรอยและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับภาพยนตร์และมีโอกาสได้แบ่งปันรูปภาพในสื่อสังคมดิจิทัล ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้นที่รู้สึกอยากไปเยือนสถานที่ต่าง ๆ ในพื้นที่ ชาวต่างชาติที่เข้าชมภาพยนตร์และซีรีส์ไทย รวมถึงภาพยนตร์ต่างประเทศที่มามีฉากในพื้นที่ยัง เช่น Lost in Thailand (ชื่อไทย: แก๊งม่วนป่วนไทยแลนด์) ทำให้นักท่องเที่ยวติดตามรอยภาพยนตร์มาเที่ยวเชียงใหม่ มากถึง 2.7 ล้านคนในปี พ.ศ. 2556 โดยสถานที่ที่เป็นที่นิยมได้แก่ ประตูท่าแพ ดอยสุเทพ ไนท์บาซาร์ อ่างแก้ว วัดพระสิงห์ และรับประทานข้าวเหนียวมะม่วง อีกทั้งยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวเงินเปลี่ยนพฤติกรรมในการท่องเที่ยวจากเดิม หากมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรกมักจะเลือกจุดหมายปลายทางเป็น ภูเก็ต หรือ พัทยา ก็ได้เปลี่ยนมาเป็น เชียงใหม่ (Sangkakorn, 2013)

มีปรากฏการณ์ภาพยนตร์ในปี พ.ศ. 2549 ในเรื่อง “รักจัง” ที่มีฉากภาพยนตร์เป็นทิวทัศน์ของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ตามมาด้วยภาพยนตร์เรื่อง “ปายอินเลิฟ” ในปี พ.ศ. 2552 ที่เกิดห่วงโซ่ทางธุรกิจการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทัวร์ ที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึก จนได้รับความนิยมจนสายการบินต้องเปิดเที่ยวบินเชียงใหม่ - ปาย และอิทธิพลของภาพยนตร์ทำให้มีการเรียกชื่อน้ำตก “ผาดอกเสี้ยว” เป็น “น้ำตกรักจัง” ที่ดอยอินทนนท์ ทำให้เป็นภาพสะท้อนของอิทธิพลของภาพยนตร์ที่มีต่อการท่องเที่ยว

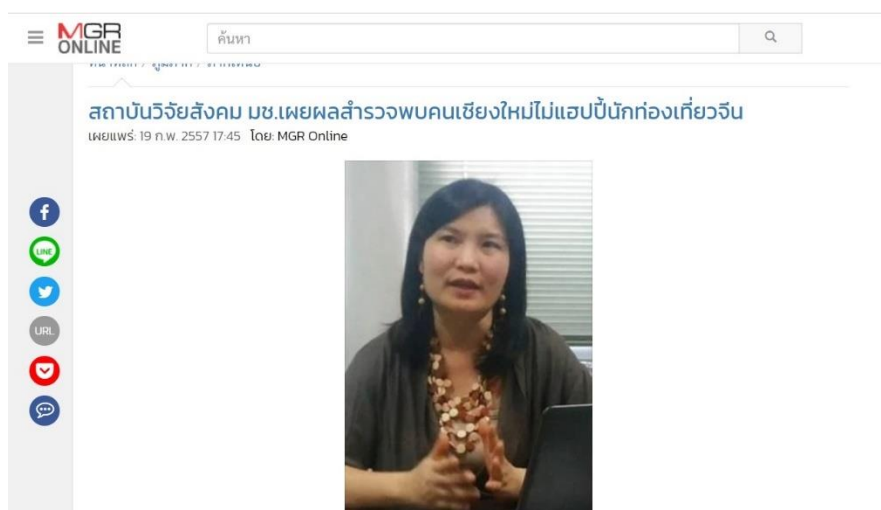
การศึกษาของพุทธพร และคณะ (2562) กล่าวว่า ประเทศไทยใช้ภาพยนตร์และละครเพื่อการท่องเที่ยว (Film-induced Tourism) เพื่อกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวจากกระแสความนิยมในภาพยนตร์หรือละคร

เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ การส่งเสริมภาคเอกชนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อให้ผลิตภาพยนตร์ที่มีฉากหรือสถานที่ถ่ายทำและสอดแทรกประเพณีและวัฒนธรรมไทยในภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่ไปยังตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศอีกด้วย เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Alexander (อเล็กซานเดอร์ มหาราชชาตินักรบ) ที่มีการถ่ายทำฉากสำคัญในพื้นที่บริเวณผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ต่อมาถูกพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากโครงการสนับสนุนของรัฐบาล อย่างไรก็ตามแม้จะเคยรองรับนักท่องเที่ยวได้ถึง 200, 000 คนต่อปี แต่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้ง ๆ ที่ถูกพิจารณาว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจหลายด้าน แต่ประสบปัญหาที่หน่วยงานภาครัฐขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและให้ข้อมูลที่สำคัญแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการพื้นที่ไม่น่าดึงดูดที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมเยือนอีก

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวตามรอยละครหรือภาพยนตร์ของชาวไทยและชาวต่างชาติมักจะเกิดขึ้นเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งและยังส่งผลกระทบด้านลบต่อชุมชน สังคมของเจ้าของพื้นที่ (Host) อาทิ นักท่องเที่ยวชาวจีนทำผิดกฎระเบียบต่าง ๆ ขัดต่อความเชื่อความศรัทธาของชุมชน เป็นต้น ดังภาพข่าวที่ปรากฏในสื่ออยู่บ่อยครั้ง การแสดงกิริยามารยาทที่ไม่เหมาะสม เช่น การเป็นแขกไม่ได้รับเชิญในงานแต่งงาน งานเลี้ยง งานรับปริญญา แม้กระทั่งงานศพ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว ถูกส่งผ่านและนำเข้าสู่สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้มีกลุ่มบุคคลร่วมกันต่อต้านนักท่องเที่ยวจีน และวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวได้เข้าไปยังพื้นที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามภาพปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand และมีพฤติกรรมแต่งตัวเลียนแบบนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเข้าไปถ่ายรูป เล่นน้ำในพื้นที่สระ ใสชูดครุยมารูป ทานอาหารในมหาวิทยาลัย หรือแม้กระทั่งไปเยี่ยมเยือนห้องเรียนขณะมีการเรียนการสอน กางเต็นท์นอนในมหาวิทยาลัย ทำให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้จัดระเบียบห้ามนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาในพื้นที่มหาวิทยาลัยเพียงลำพัง ต้องขึ้นรถรางมาพร้อมมัคคุเทศก์นำเที่ยวของมหาวิทยาลัยในเวลาทำการเท่านั้น เพื่อป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปก่อความวุ่นวายอีก [online: <https://www.thairath.co.th/content/408279>]



ภาพ 1.1 นักท่องเที่ยวจีนบุกห้องเรียนของนิสิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ขณะมีการเรียนการสอน
ที่มา: <https://mgronline.com/local/detail/9570000019830>



ภาพ 1.3 นักวิชาการให้ข่าวผลสำรวจความรู้สึกของคนเชียงใหม่ที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีน
ที่มา: <https://mgronline.com/local/detail/9570000019830>

มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความคิดเห็นไปในเชิงลบ เช่น สนับสนุนความเห็นที่ว่า นักท่องเที่ยวจีนก่อความรำคาญให้กับชุมชนและพื้นที่ ไม่คำนึงถึงกฎระเบียบ กติกา ข้อบังคับในสถานที่ท่องเที่ยว มีการสูญเสียความเป็นส่วนตัว เกิดปัญหาการแย่งชิงพื้นที่และการใช้บริการสาธารณะ ภาครัฐมีนโยบายไม่ชัดเจน และไม่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและประเพณีของคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นไม่ได้เกิดความภาคภูมิใจจากการที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในพื้นที่ (Sangkakorn, 2013) อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น กล่าวว่า โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวหลายพันล้านบาทต่อปี ชาวบ้านท้องถิ่น (ชาวเชียงใหม่) ต้องทำใจเปิดกว้างเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมเข้ามาในพื้นที่ ปัญหาที่อยากฝากไว้ให้ลูกคิดได้แก่ ทางพื้นที่ (จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง) จะทำอย่างไรเพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้เข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข (สมฤทธิ์ ลือชัย, 2557 [<https://www.thairath.co.th/content/408279>])

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าการสร้างตัวชี้วัดหรือเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ จะเป็นวัดความสำเร็จของการทำงานเชิงเครือข่ายและประเมินสมรรถนะการทำงานของมีส่วนได้ส่วนเสียและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นจะทำให้ทราบว่าการส่งเสริม Pop-culture ในปัจจุบันมีการดำเนินการอย่างไร มีปัญหาอะไรบ้าง เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะและจัดตั้งกลไกการขับเคลื่อนในระดับชาติและนานาชาติต่อไป รวมถึงการสร้างต้นแบบวัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งแนวทางการส่งเสริมทางการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้เกิดความยั่งยืนได้

1.2 คำถามการวิจัย

2.1 ตัวชี้วัดสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ควรเป็นอย่างไร

2.2 สมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1. เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

3.2. เพื่อทราบสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง นั้น คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ไว้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

คณะผู้วิจัยศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี คู่มือ ตัวชี้วัด มาตรฐานการท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง มาร่างเป็นองค์ประกอบเพื่อใช้ในการวัดสมรรถนะ จากนั้นนำมาพัฒนาเป็นตัวชี้วัดสมรรถนะแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

4.2 ขอบเขตด้านประชากร

โดยการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมรวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยคณะผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างการวิจัย จากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ

กลุ่มตัวอย่างการวิจัย	จำนวน (คน)
ผู้บริหารหน่วยงานเกี่ยวเนื่องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนท้องถิ่นกลุ่มวัฒนธรรม ล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง	10

ผู้บริหารองค์กรเอกชนที่สนับสนุนการท่องเที่ยว (อาทิ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หอการค้าจังหวัด ฯลฯ)	10
บุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นักวิชาการ	20
รวม	40 (คน)

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณนั้น คณะผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างจากนิสิต นักศึกษาที่มีแนวโน้มจะทำงานใน
ตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัด
เชียงใหม่ ลำพูนและ ลำปาง จำนวนไม่ต่ำกว่า 400 คน ในแต่ละตำแหน่งงาน ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย
(Simple random sampling) โดยใช้แบบประเมินสมรรถนะในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิง
สร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด

สำหรับคำถามแบบปลายปิดที่ใช้ในการสำรวจสมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานใน
ตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัด
เชียงใหม่ ลำพูนและ ลำปางนั้น มีมาตราส่วนแบบมาตรวัด Likert (Likert Scale) ซึ่งแบ่งมาตราวัดออกเป็น 5
ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนคือ การคำนวณหาอันตรภาคชั้น
เพื่อแปรผลคะแนนในแต่ละช่วง

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ทั้งนี้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= (5-1) / 5 = 0.80\end{aligned}$$

ดังนั้น จึงมากำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มีศักยภาพมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง มีศักยภาพมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง มีศักยภาพปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง มีศักยภาพน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง มีศักยภาพน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

หลังจากการประชุมกลุ่มย่อย การจัดเวทีเสวนา การประชุมกลุ่มใหญ่ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก จะนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาที่เรียกว่า Content Analysis เป็นการนำคำซ้ำที่ได้ผลในการหาแก่นเรื่อง (Theme) ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหานี้เป็นการวิจัยที่หาความสำคัญทั้งข้อความที่เป็นรูปธรรมชัดเจน (Manifest Content) และการวิเคราะห์โดยนัยหรือตีความ (Latent Content) โดยการนำการทบทวนวรรณกรรมมาเป็นแนวทางในการหาแก่นเรื่องของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

คณะผู้วิจัยใช้พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เพื่อดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

4.4 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้มีการดำเนินการ 12 เดือน

แผนงานวิจัย	ช่วงระยะเวลาในการดำเนินงาน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ทบทวนวรรณกรรม												
2. พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย												
3. พัฒนาตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง												
4. ประชุมกับองค์กรที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคม (ครั้งที่ 1)												
5. สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมทั้งภาครัฐและเอกชน												
6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประชุมและการสัมภาษณ์เชิงลึก												
7. ประเมินผลการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง												

สมรรถนะหลัก (Core Competency) หมายถึง สมรรถนะที่ทุกคนในองค์กรควรมีเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้หมายถึงสมรรถนะที่บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ควรมี

สมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge Competency) หมายถึง สมรรถนะของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการทำงานขององค์กรนั้น ๆ เพื่อความรู้ความเข้าใจในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและการพัฒนาในการทำงาน โดยในการวิจัยนี้ สมรรถนะด้านความรู้ จะครอบคลุมถึงความรู้ที่จำเป็นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ตั้งแต่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในแง่มุมต่าง ๆ ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ความต้องการของนักท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางในพื้นที่ของตนเอง

สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (Managerial Competency) หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น โดยครอบคลุมถึงแง่มุมทุกส่วนของการบริหารจัดการ ทั้งนี้ สมรรถนะด้านการบริหารจัดการในงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นไปที่ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ เช่น ความเข้าใจในรูปแบบและความต้องการของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด การเงิน พื้นที่ ไปจนถึงความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีในการบริหารจัดการงานต่าง ๆ

สมรรถนะด้านทัศนคติ (Attitude Competency) หมายถึง ความรู้สึก นึกคิดและทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานที่ทำอยู่และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานนั้น ๆ ซึ่งทัศนคติและความรู้สึกเหล่านี้ จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงานและผลการทำงานต่อไป ในการศึกษาี้ สมรรถนะด้านทัศนคติ จะวัดถึงความรู้สึก และทัศนคติที่ผู้ทำงานมีต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ตัวของนักท่องเที่ยว มุมมองในด้านบวกและลบ การมองถึงโอกาส และทัศนคติในเชิงลบที่เกิดจากผลกระทบการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competency) หมายถึง องค์ประกอบอันเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดด้านต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งที่อยู่ในตัวบุคคล โดยแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันไป ซึ่งสิ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวเหล่านี้ ส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน มีความถนัด การเปิดรับ ความชอบหรือไม่ชอบ และพฤติกรรมที่ต่างกันออกไป ในการศึกษาี้ สมรรถนะส่วนบุคคลจะหมายรวมถึงแง่มุมต่าง ๆ ภายในตัวบุคคลอันจะมีผลต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การเปิดใจรับสิ่งใหม่ ๆ ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่ง

ใหม่ ๆ ความทันสมัย ความสามารถทางภาษาและเทคโนโลยี ความสนใจในการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

สมรรถนะด้านการสร้างเครือข่าย (Networking Competency) หมายถึง ความสามารถในการมองเห็นความสำคัญในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และความสามารถในการติดต่อ ประสานงาน และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานและ/หรือภาคีอื่น ๆ ภายนอกองค์กร เพื่อให้ผลการทำงานในภาพรวมมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ลดความทับซ้อน ในงานวิจัยนี้ สมรรถนะด้านการสร้างเครือข่าย หมายถึงการมองเห็นความสำคัญของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ประโยชน์ของการสร้างเครือข่าย ความกระตือรือร้น และความพยายามในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีการทำงานร่วมกัน หรือเกี่ยวพันกัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการท้องถิ่น นำตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมสร้างสรรค์ไปปรับใช้กับหน่วยงานของตนเอง เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพและความพร้อมจัดการพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม และการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง รวมถึงการนำบทวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและความล้มเหลว ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดภายในประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ในอนาคต

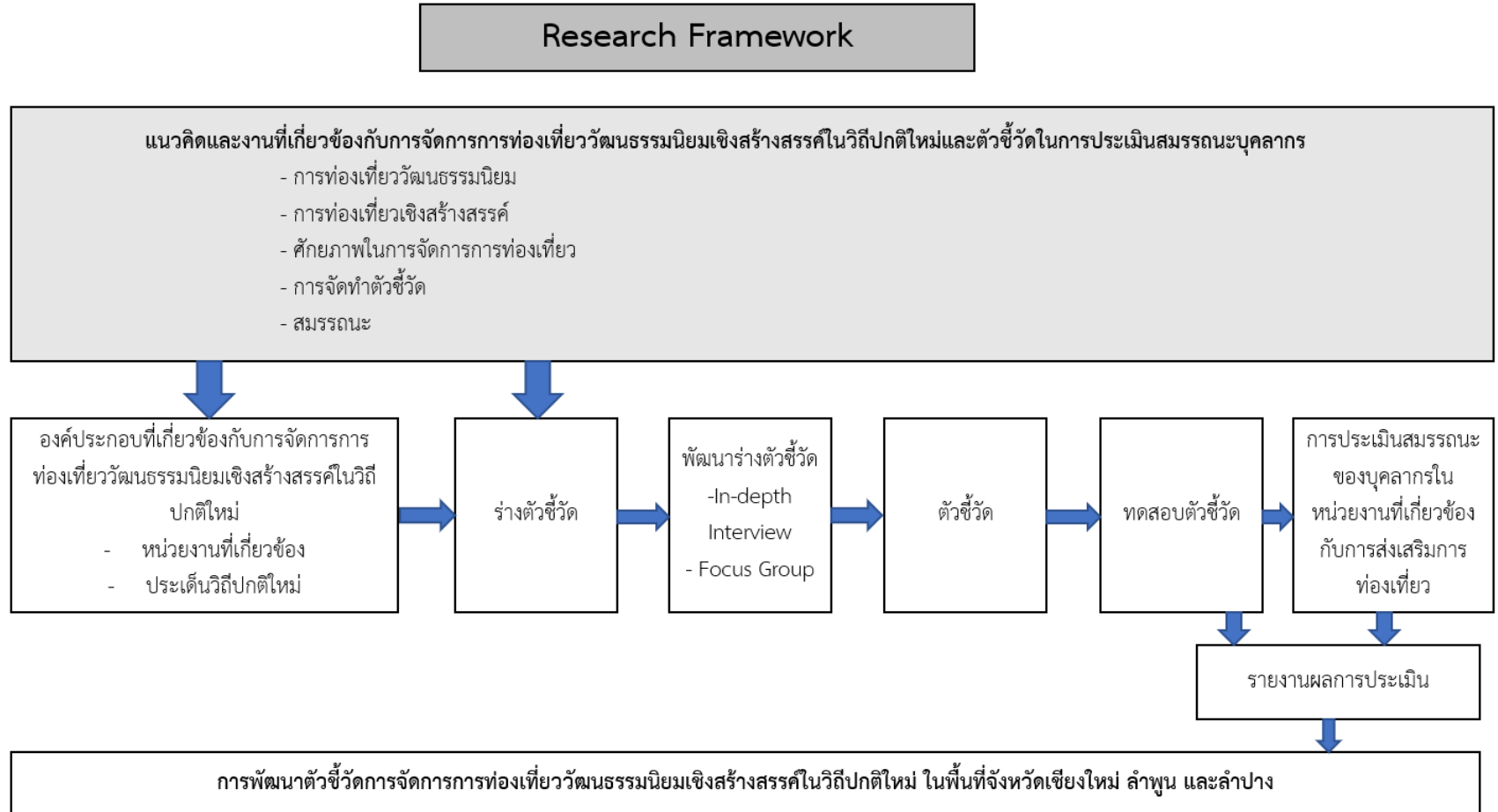
2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สามารถนำข้อเสนอแนะจากการประเมินการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เพื่อไปใช้ในการกำหนดนโยบาย แผนพัฒนา ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ฯลฯ ทางการท่องเที่ยวของไทย สำหรับการปรับตัวทางการท่องเที่ยวในอนาคต รวมถึงการออกแบบนโยบายที่ตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในอนาคตได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

3. กรมการท่องเที่ยว สามารถนำข้อเสนอแนะจากการประเมินการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เพื่อไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานการบริการ

ด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมทั้งกลุ่มภายในประเทศและต่างประเทศ (จีน) ซึ่งสามารถนำไปเป็นส่วนสนับสนุนการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มีมาตรฐานมากขึ้น และสามารถสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวหรือรายการนำเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในอนาคต ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และลดผลกระทบด้านรายได้ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

4. องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) สามารถนำข้อเสนอแนะจากการประเมินการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการพื้นที่และกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องต่อกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในอนาคต

5. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและ/หรือ ภาควิชาหน่วยงานเอกชนต่าง ๆ สามารถนำตัวชี้วัดและผลประเมินการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ตอบสนองอย่างตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัฒนธรรมนิยมทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้ง สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือ และการสร้างเครือข่าย อย่างบูรณาการร่วมกัน อันจะเพิ่มความเข้มแข็งด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต



1.7 กรอบการวิจัย (Research Framework)

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง จัดทำเพื่อศึกษาตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้วิเคราะห์และประเมินสมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและ ลำปาง ในการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในพื้นที่ดังกล่าวเพื่อเสริมสร้างให้มีศักยภาพและความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อรองรับผลกระทบเชิงลบและเชิงบวกอันเกิดจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต อีกทั้งเพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นและสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวในฐานะในการเป็นอุปทาน (supply) ให้แก่พื้นที่ได้ ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวทางการท่องเที่ยวในรูปแบบค่อนข้างใหม่ จึงยังไม่มีรูปแบบในการบริหารจัดการที่เป็นแบบแผนชัดเจน การสกัดตัวชี้วัดจึงจำเป็นต้องศึกษาวรรณกรรมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคม

การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ ทั้งการตามรอยภาพยนตร์ หนังสือ การตามรอยจากบทเพลง หรือแม้กระทั่งหนังสือ ซึ่งสถานที่ที่ได้รับการกล่าวถึงในสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ จะได้รับความสนใจ ทำให้ผู้ที่ประทับใจกับตัวสื่อเหล่านั้น สนใจจะไปเที่ยวชม โดยส่วนใหญ่แล้ว การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมจะมุ่งเน้นไปที่การไปเยี่ยมเยือนสถานที่ถ่ายทำ หรือสถานที่ ๆ ปรากฏในฉากต่าง ๆ ของสื่อเหล่านั้น ทั้งนี้ จากความแพร่หลาย และครอบคลุมของสื่อดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อจากที่มาที่แตกต่างกัน สามารถกระจายไปทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว ความนิยมของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมก็ยังมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงขึ้น

นอกจากการท่องเที่ยวเพื่อไปเยือนสถานที่ถ่ายทำแล้ว ยังมีทั้งการศึกษาและตัวอย่างความสำเร็จจากการดำเนินนโยบายผ่านการส่งออกองค์ประกอบแบบอย่างวัฒนธรรมไปในสื่อเหล่านั้นด้วย จึงเป็นที่จับตามองว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมนั้น นอกจากจะสามารถเป็นสื่อทางการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในแง่ของสถานที่แล้ว ยังสามารถส่งออกซึ่งวัฒนธรรมที่สอดแทรก อันเป็นสิ่งที่อาจดึงดูดความสนใจได้ยาวนานกว่าได้อีกด้วย ปฏิเสธไม่ได้ว่าการบริโภคสินค้านั้นไม่เพียงแต่สินค้าที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเท่านั้น แต่วัฒนธรรมยังฝังตัวอยู่ในสินค้าชิ้นนั้นเช่นเดียวกัน นโยบายของวัฒนธรรมนั้นมีความเข้มข้นแตกต่างกันออกไป สินค้าบางประเภทอาจมีนโยบายทางวัฒนธรรมที่ไม่ชัดเจนนัก เช่น ผลผลิตทางธรรมชาติ อาทิ ผัก ผลไม้ แต่อาหารที่ผ่านการปรุงโดยมนุษย์จะแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบที่นำมาใช้ รสชาติ การจัดตกแต่ง วิธีการปรุง วิธีการรับประทาน เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น แม้แต่อาหารประเภทเดียวกัน ก็อาจแสดงถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น อาหารที่ทำจากแป้ง ผสมด้วยไข่ ทางฝั่งตะวันออกเรียกว่าบะหมี่ ทางฝั่งตะวันตกเรียกว่าพาสต้า จะมีวิธีการปรุงและการรับประทานที่แตกต่างกัน แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม คือ แนวคิดที่ว่าด้วยการฝังตัวของวัฒนธรรม (Culture Embodiment) ที่เป็นการอธิบายถึงการก่อกำเนิดและการเติบโตของวัฒนธรรมที่ต้องมีอุตสาหกรรมสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหลัก การฝังตัวของวัฒนธรรมนี้เองที่ทำให้สินค้ามีความแตกต่างกัน ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการของสินค้า ซึ่งอาจรวมไปถึงความต้องการในการยกระดับการบริโภคที่สูงขึ้น

ในมุมของการท่องเที่ยววัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์และชวนให้เกิดความสนใจที่จะสัมผัสผ่านวิธีต่าง ๆ กัน เพราะวัฒนธรรมเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่เต็มไปด้วยเรื่องราว ขนบธรรมเนียมและจารีตประเพณี อาจกล่าวได้ว่า การส่งออกวัฒนธรรมผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่อำนาจอ่อน (soft power) ไปสู่ผู้รับอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างเศรษฐกิจและการส่งเสริมอย่างจริงจังทำให้มีการเติบโตของการส่งผ่านทุนทางวัฒนธรรมที่ไม่เท่ากัน การเติบโตทางการตลาดของทุนทางวัฒนธรรมในประเทศมหาอำนาจย่อมส่งผลต่อพื้นฐานทางวัฒนธรรมในประเทศอื่น ๆ เพราะวัฒนธรรมที่ส่งจากมหาอำนาจผ่านสินค้าและบริการผ่านกลไกการค้าระหว่างประเทศ (ริงสตรัค ธนะพรพันธุ์, 2546) เช่นเดียวกับการเผยแพร่อำนาจอ่อน (soft power) ผ่านกระบวนการเผยแพร่ทางวัฒนธรรม (ภานุ อารี, 2563)

การเกิดขึ้นและการพัฒนาการของทุนทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

- 1) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า (Commoditization of Culture)
- 2) กระบวนการพาณิชย์ยานุวัตรของวัฒนธรรม (Commercialization of Culture)
- 3) กระบวนการเทคโนโลยีนุวัตรของวัฒนธรรม (Technologization of Culture)
- 4) กระบวนการโทรทัศน์นุวัตรของวัฒนธรรม (Televisualization of Culture)

ตัวอย่างของประเทศที่ประสบความสำเร็จจากการส่งเสริมการส่งออกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมได้แก่ประเทศเกาหลีใต้ การท่องเที่ยวเกาหลีปัจจุบันวัฒนธรรมโดยรัฐบาลเกาหลีได้มีการวางแผน ส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาให้เกาหลีมีพัฒนาไปสู่ความเป็นรัฐสวัสดิการทางวัฒนธรรมโดยวัฒนธรรมและ เนื้อหาเกาหลี (Korea culture and Content Agency : KOCCA) ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ซึ่งแผนการส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วยหลักเกณฑ์และวัฒนธรรมดังนี้

1. ให้การสนับสนุนการศึกษาเพื่อผลิตเยาวชนที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม
2. สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ
3. อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม
4. ส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม
5. พัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการรวมชาติ
6. สร้างความแข็งแกร่งให้กับการทูตเชิงวัฒนธรรม

KOCCA มีภารกิจในการส่งเสริมสนับสนุนให้นำเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลีสอดแทรกลงไปบนสื่อต่าง ๆ และการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม มุ่งเน้นเพื่อการส่งออกไปสู่ตลาดภายนอก จึงทำให้คนเกาหลีหันมาสนใจภาพยนตร์และละครเกาหลีมากขึ้นถึงร้อยละ 50 กลายเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดใหม่ที่เกิดจากการบริโภควัฒนธรรม ทำให้กระแสเกาหลีฟีเวอร์เข้ามาแทนที่ตะวันตกได้ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี ส่งผลให้วัฒนธรรมต่าง ๆ ดารานักร้องชาวเกาหลีเป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยเฉพาะวัยรุ่นในเอเชียที่หลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลีจึงเกิดการลอกเลียนแบบบางคนถึงขั้นเรียนภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารกับดารานักร้องที่ชื่นชอบโดยละครซีรีส์ภาพยนตร์เกาหลีได้ออกอากาศและมีเชิญนักร้องเกาหลีชื่อดังมาเป็นมาเปิดคอนเสิร์ตที่ประเทศไทยด้วยบัตรเข้าชมที่ราคาสูงหลายพันบาท

นอกจากผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมแล้ว การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมนี้ยังอาจก่อให้เกิดผลด้านลบต่าง ๆ ขึ้นได้เช่นกัน จากการศึกษาของ Justyna Bakiewicz, Anna Leask, Paul Barron, Tijana Rakic (2017) ที่ศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในประเทศอังกฤษแสดงให้เห็นว่า นอกจากแหล่งท่องเที่ยวจะได้รับกระแสตอบรับที่ดีอย่างล้นหลามในเชิงการตลาด และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างมหาศาลแล้ว ยังมีผลกระทบที่ตามมามากมายที่ต้องการการจัดการที่ดีเพื่อรับมือ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปในระยะแรก อันทำให้เกิดความหนาแน่นเกินกว่าจะรับมือได้ ปัญหาการจัดการสถานที่ การรักษาสภาพแวดล้อม และบางสถานที่ยังเป็นโบราณสถานอีกด้วย ปัญหานี้นอกจากจะกระทบในด้าน

ของการจัดการการท่องเที่ยวแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวในแง่ของประสบการณ์ที่ได้รับอีกด้วย นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าหลังจากช่วงแรกแล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวกลับลดลงอย่างเห็นได้ชัด ถึงจะยังมากกว่าก่อนหน้า แต่ก็ลดลง และยังมีฤดูกาลในการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นนี้ ยังเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสถานที่หลายแห่งในโลกเช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นแล้ว การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นว่าจากการที่สื่อภาพยนต์ออกฉายไปทั่วโลก ผู้มาเยือนก็มีความหลากหลายขึ้นเช่นกัน แม้จะทำให้เกิดรายได้ที่ดี แต่วัฒนธรรมที่แตกต่างก็สร้างผลกระทบทั้งกับตัวสถานที่ และผู้อยู่อาศัยในชุมชนเช่นกัน (Justyna Bakiewicz, et al.; 2017) ผลกระทบเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอื่นเช่นกัน เช่นในประเทศไทย ที่เกิดเหตุการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติใส่ชุดนักศึกษาเข้าไปเที่ยวและถ่ายรูปในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า การบริหารจัดการสถานที่เพื่อรับมือกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งทั้งในแง่การจัดการให้สถานที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างผลกระทบเชิงลบกับชุมชนให้น้อยที่สุด การบริหารจัดการให้เกิดการกระจายตัวของช่วงเวลาการท่องเที่ยว และนอกจากนั้นคือการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยว และการบอกต่ออันจะทำให้สถานที่นั้น ๆ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในการบริหารจัดการนั้นอาจใช้ประโยชน์จากการส่งผ่านอำนาจอ่อนไปกับสื่อ นั้น มาสร้างประสบการณ์และความมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

2.2 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา ชุมชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ การทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของ UNESCO (2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้นๆ การเติบโตของการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นในทุกๆปี นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ โดยบริบททรัพยากรต่างๆจากแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

ยังจะได้รับผลกระทบมากเป็นพิเศษ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา หากไม่ได้วางแผนการ จัดการใน แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างเป็นระบบ อาจจะทำให้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นตกต่ำลงส่งผล กระทบถึง ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวยของท่องเที่ยวที่มาเยือน ให้เกิดผลทางด้านลบ และสุดท้ายทำให้แหล่ง ท่องเที่ยวนั้น หมดคุณค่าในที่สุด (Russo, 2002) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือน ทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีตัวตนจับ ต้องได้(Tangible product) จึงมีโอกาที่จะสูญสลาย และหมดไป หากมีการใช้ทรัพยากรไปอย่าง ต่อเนื่อง (Prentice & Andersen, 2003) แนวคิดของการขายประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเป็นดั่งสินค้าเป็น แนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เนื่องด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อยๆ เสมือนทรัพยากร การท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดย Raymond และ Richards โดยให้คำนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคำนิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่นการร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะ มาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบ ของ Experience Tourism นั่นเอง (Smith, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการ ใช้ ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่นการเดินรำ การร้องเพลง งาน ฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะ เชิง กระบวนการจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้ แหล่ง ท่องเที่ยวปลายทางนั้นๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ๆได้ (Romana, 2013) โดยจะไม่ขาด แคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะจับต้องได้ ซึ่งหากถูกใช้ไปอย่าง ต่อเนื่องก็จะหมด สูญสลาย เสื่อมคุณค่าไปดังนั้นในการศึกษาที่จะพัฒนา สร้างคุณค่าให้แก่แหล่ง ท่องเที่ยว สร้าง ความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และสามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้นั้น การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เป็น หนึ่งในแนวคิดที่จะต้องตระหนักถึง

องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน ในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่าง

1. การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน
2. ผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน

รวมถึงการจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งอาจนิยามได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้นำทุนทางวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติมาสร้างโอกาสให้กับผู้มาเยือน ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มาเยือน และเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แยกส่วนระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน แนวคิดนี้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยามที่ได้กล่าวไปแล้วเพื่อดูแลพื้นที่ทั้งในแง่ภูมิของสถานที่และผลกระทบกับชุมชน และยังส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนที่ได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีกด้วย

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2553) ได้นำเสนอนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการ “การต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” กล่าวคือ

“ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ ทั้งทุนทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

“เพิ่มค่า” การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย

“หาจุดต่าง” สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์

เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ (Niche Interests) และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เป็นสำคัญ

Ankomah & Larson, (2000) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า มี 5 ลักษณะที่สำคัญไว้ว่า

1. การสร้างสรรค์ จะมีศักยภาพและสามารถเพิ่มมูลค่าได้ง่าย แต่มักจะไม่ค่อยเกิดขึ้นจะต้องผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ประเพณี ทางวัฒนธรรมนั้นด้วย
2. การสร้างสรรค์ จะต้องมีการนำนวัตกรรมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้
3. เนื่องจากการสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการ ดังนั้น ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์จะต้องมีความคงอยู่อย่างยั่งยืน มากกว่าการเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ ในขณะที่ทรัพยากรทางกายภาพด้านวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อาจตกยุคสมัยและลดคุณค่าลงแต่ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์จะคงอยู่ตลอดไปไม่มีที่สิ้นสุด
4. การสร้างสรรค์ สามารถเคลื่อนไปอย่างเป็นพลวัตรหรือไม่หยุดนิ่งมากกว่าที่จะเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้เท่านั้นการสร้างสรรค์ที่ไม่หยุดนิ่ง เช่น ศิลปะ งานฝีมือ ซึ่งมีชีวิตอยู่ตลอดเวลา และไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัวเหล่านี้คือเป็นความท้าทายสำคัญ และเป็นจุดหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. การสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่จะเกี่ยวพันกับความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณค่าอีกด้วย ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์จะต้องสร้างคุณค่าใหม่ ๆ ให้กับยุคปัจจุบันนี้ให้เกิดอย่างรวดเร็ว เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ เรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้หรือการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ในการเดินทาง

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ คือ

- (1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว
- (2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและ ประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว”

(3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้

(4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่ สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน

(5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

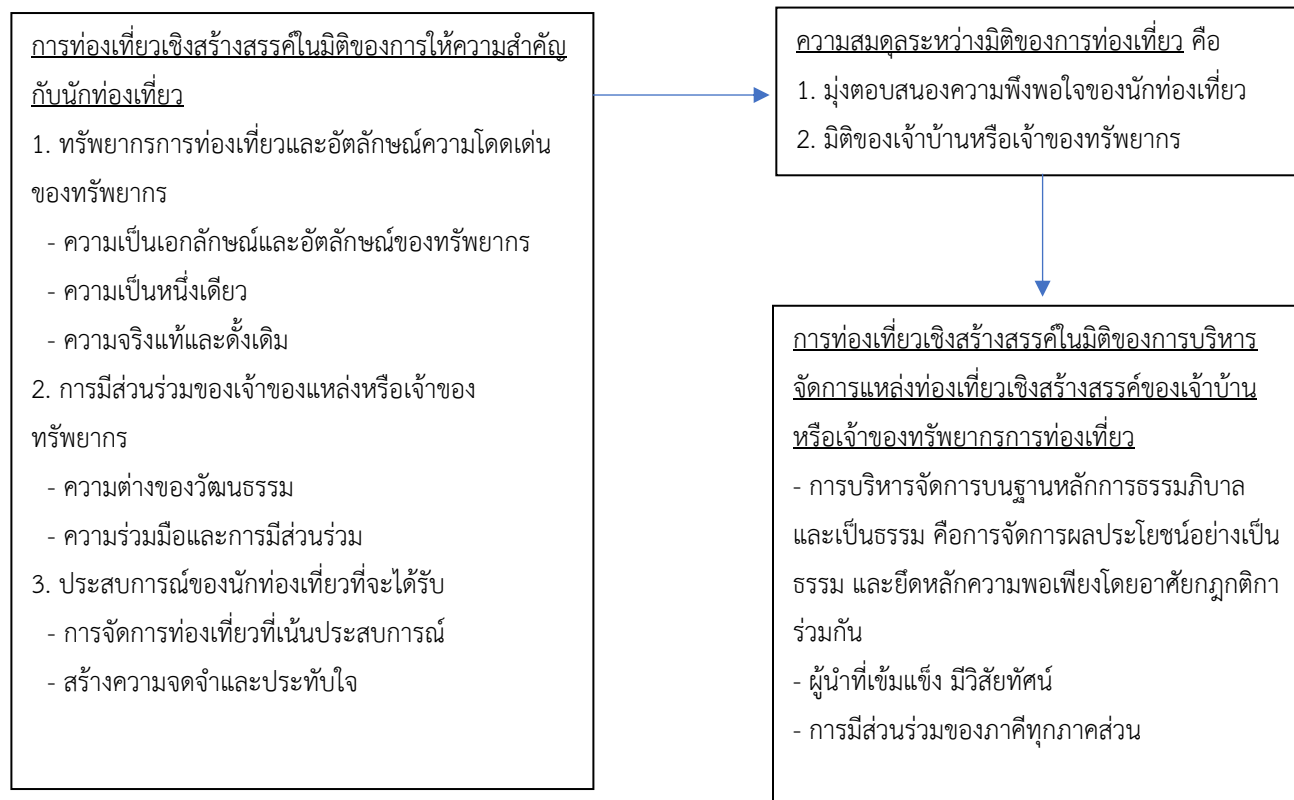
(6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว (Richards, 2010a)

จากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่กล่าวถึงข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมกัน โดยการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม มีบทบาทในแง่ของการตลาด การสร้างเรื่องราว (Story telling) ให้กับพื้นที่ ช่วยดึงนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ ในขณะเดียวกัน แทนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเพื่อชมสถานที่แล้วกลับไป การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถใช้ประโยชน์จากการส่งออกของอำนาจอ่อนในสื่อต่าง ๆ มาสร้างกิจกรรม และออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงลึกของแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และทำให้การท่องเที่ยวเป็นที่น่าประทับใจและจดจำมากขึ้นอีกด้วย

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวอ้างถึง Richards (2010) ว่าในด้านของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีปัจจัย 11 ประการที่จะส่งผลต่อความสำเร็จซึ่งอาจครอบคลุมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ด้วย คือ

1. บริบท
2. การมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น
3. การมีพันธมิตร
4. การวางแผนระยะยาว
5. การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
6. การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี
7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ
8. การสื่อสารและการตลาดที่ดี
9. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ
10. การมีผู้นำที่เข้มแข็งและผู้นำที่มั่นคง
11. การเมือง

นอกจากนั้น ยังมีการนำเสนอโมเดลการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังนี้



ที่มา: กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว (2560)

จากปัจจัยความสำเร็จและองค์ประกอบของโมเดลการบริหารจัดการ อาจสรุปได้ว่า ตัวชี้วัดที่จะประเมินแนวโน้มความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010) ประกอบด้วย

1. บริบทของพื้นที่ เป็นสิ่งสื่อสารถึงอัตลักษณ์ที่เฉพาะตัวของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมไปถึงวัฒนธรรม ความเชื่อ เรื่องเล่า ตำนาน ของพื้นที่นั้น ๆ การสื่อสารโดยชูถึงบริบทที่ชัดเจนและน่าสนใจ จะสามารถดึงดูดความสนใจ สร้างอารมณ์ร่วมในการท่องเที่ยว ทำกิจกรรมได้เป็นอย่างดี การบริหารจัดการในส่วนนี้จึงมีความสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

2. การมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้นไม่ว่าจะทางบวกหรือทางลบ ความเข้าใจ และแนวทางการรับมือของประชาชนในท้องถิ่นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี นอกจากนั้น ความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจ การค้าขาย ก็เป็นส่วนเสริมในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับสินค้าของพื้นที่เช่นกัน

3. การมีพันธมิตร หรือการได้รับความร่วมมือจากภาคีที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการทำงานร่วมกัน นอกจากนั้น ความสามารถในการหาพันธมิตรจากภายนอกพื้นที่และภาคเอกชนก็มีความสำคัญในการสนับสนุนให้การจัดการประสบความสำเร็จและยั่งยืน

4. การวางแผนระยะยาว การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืนเกี่ยวพันกับกระบวนการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน และเป็นกระบวนการที่ต้องบริหารในระยะยาวเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่การท่องเที่ยวของพื้นที่ ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนในระยะยาวอย่างชัดเจนเพื่อนำไปทำแผนปฏิบัติการที่เหมาะสมสำหรับภาคีที่เกี่ยวข้อง

5. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพราะวัตถุประสงค์เป็นเป้าหมายร่วมกันที่ต้องการจะบรรลุในการบริหารจัดการ วัตถุประสงค์ควรมีความชัดเจน วัดผลได้ และการสื่อสารให้ภาคีที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความร่วมมือในการบริหารจัดการร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

6. การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี จะเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์และความประทับใจในระยะยาวจากการท่องเที่ยว ซึ่งความประทับใจและประสบการณ์แบบนี้จะคงอยู่ในใจได้ยาวนานกว่าการแค่ไปเยี่ยมเยือนอย่างฉาบฉวย สิ่งที่ดีตามมาย่อมเป็นการบอกต่อและส่งผ่านความประทับใจไปสู่คนรอบข้างในรูปแบบต่างๆ กัน นอกจากรูปแบบของการท่องเที่ยวแล้ว ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ก็เป็นอีกส่วนที่ควรได้รับการบริหารจัดการเนื่องจากบทเรียนที่ผ่านมาของการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมนิยมนั้น ก่อให้เกิดปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่นเกินกว่าที่พื้นที่จะรับได้ และก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาจนได้รับการต่อต้านจากคนในพื้นที่ และความรู้สึกเชิงลบกับตัวนักท่องเที่ยวเอง

7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการของภาคีที่เกี่ยวข้องจะทำให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าภาคีที่เกี่ยวข้องโดยตรงโดยเฉพาะส่วนท้องถิ่นและประชาชนในท้องถิ่นจะมีความเข้าใจบริบทความเป็นมาของพื้นที่มากกว่า จึงอาจมีแนวคิดที่เป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการบริหารจัดการในแต่ละพื้นที่เพิ่มเติมจากการบริหารจัดการตามมาตรฐานได้ดีกว่า

8. การสื่อสารและการตลาดที่ดีก็เป็นสิ่งจำเป็นตั้งแต่ระดับของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ไปจนถึงสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ถึงแม้การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์จะมีภาพยนต์ ละคร และสื่ออื่น ๆ เป็นการสนับสนุนการตลาดอยู่แล้ว แต่สื่อสนับสนุนอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน

9. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ เพราะในการบริหารจัดการใด ๆ ย่อมต้องมีการใช้เงินทุนหมุนเวียน และยังควรมีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้เงินรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวนั้น ๆ หมุนเวียนเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการภายในชุมชนนั้นด้วย

10. การมีผู้นำที่เข้มแข็งและมั่นคง ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์และทักษะในการนำชุมชนและทีมงานควรมีความมุ่งมั่นในการทำงาน

11. การเมือง โครงการต่าง ๆ ต้องได้รับการสนับสนุนทางการเมือง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.3 แนวคิดเรื่องศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวคือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุงหรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

การพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินงานเพื่อที่จะให้การท่องเที่ยวมีการดำเนินงานไปในทิศทางที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ สามารถรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ยังคงความน่าดึงดูดใจ และพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยอาจแบ่งได้เป็นการพัฒนาทางด้านแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาทางด้านการบริการทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไว้หลายท่าน ดังแนวทางต่อไปนี้

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ (2559) ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิตในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว หรือพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะบริบทพื้นที่ให้เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทิศทางในการปรับปรุงหรือพัฒนาที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว
2. ความต่อเนื่อง เป็นการสร้างความต่อเนื่องของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว ที่จะต้องมีการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับเพื่อให้การใช้ประโยชน์ที่มีความเหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน ด้วยการกำหนดการเข้าไปใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อไม่ให้เกิดกับขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว
3. คุณภาพ เป็นการเน้นคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม คุณภาพด้านประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เน้นการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว และขีดความสามารถของทรัพยากรท้องถิ่นของบริบทในพื้นที่ท่องเที่ยว
4. ความสมดุล เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับขีดความสามารถของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
5. การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน ด้วยการสร้างและพัฒนาปัจจัยสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการค้า การลงทุน ทางด้านการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น มีการเชื่อมโยงกับธุรกิจ

ในชุมชนท้องถิ่น และทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

6. การสร้างสังคมแห่งวัฒนธรรม ความรู้ ภูมิปัญญา จิตสาธารณะ ให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีศักยภาพ

7. การบริหารจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้วยการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ป้องกัน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้แล้ว เทิดชาย ช่วยบำรุง (2557) อ้างอิงใน ณรงค์ พลีรักษ์ และปริญญา นาคนปฐม (2563) ได้กล่าวเพิ่มเติมในด้านของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนที่จะต้องมีการจัดการเพื่อให้เกิดความสมดุล ซึ่งประกอบไปด้วย มิติ คือ มิติเจ้าบ้าน (Host) ซึ่งเป็นฝั่งอุปทาน (Supply) มิติผู้มาเยือน (Guests) ซึ่งเป็นฝั่งอุปสงค์ (Demand) มิติทางด้านกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Mechanisms) และมิติด้านคุณภาพการบริการสำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง อาจจำเป็นต้องใช้ทักษะในการจัดการขั้นสูงเพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันกับนานาประเทศ อาทิ การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) การท่องเที่ยวอาหารไทย (Gastronomic Tourism) โดยมีแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีความสำคัญ นั่นคือ การรักษามาตรฐานทรัพยากรและสร้างมูลค่า สร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวทางทะเลและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจัง ตลอดจนการค้นหาและสร้างอัตลักษณ์ที่เด่นชัดของทรัพยากรท่องเที่ยว การแสวงหาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า

ทั้งนี้ ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) ได้ทำการสรุปความหมายการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ว่าเป็นการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นการตอบสนองความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ ด้วยการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอันทรงคุณค่าได้อย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และมีการใช้ให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด โดย เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้นำเสนอหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 17 ประการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน
2. การสร้างความร่วมมือของภาคีต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง
3. การจ้างงานที่มีคุณภาพ
4. การเกิดการแบ่งปันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
5. การใช้ทรัพยากรให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด

6. การวางแผนการดำเนินการทางการท่องเที่ยวระยะยาว
7. ความสมดุลของวัตถุประสงค์ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม
8. ความสอดคล้องกันของแผนการท่องเที่ยวและแผนการพัฒนาด้านต่าง ๆ
9. ความร่วมมือกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนการพัฒนาด้านต่าง ๆ
10. การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ
11. การประเมินผลกระทบที่ได้รับจากการท่องเที่ยว
12. การสร้างหลักเกณฑ์ในการประเมินผลกระทบที่ได้รับจากการท่องเที่ยว
13. การมุ่งเน้นไปยังผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
14. การพัฒนาการศึกษาและหลักสูตรต่าง ๆ
15. การเสริมสร้างอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของชุมชน
16. การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ
17. การรักษาสมดุลทางทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ได้ว่าเป็นการเป็นการดำเนินการดำเนินงานเพื่อที่จะให้การท่องเที่ยวมีการดำเนินงานไปในทิศทางที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสามารถรักษาฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ยังคงความน่าดึงดูดใจ ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิตในแหล่งท่องเที่ยว การบริการทางด้านการท่องเที่ยว การตลาด โดยการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องมีการพัฒนาที่มีความต่อเนื่อง มีคุณภาพ เกิดความสมดุลซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับขีดความสามารถของทรัพยากร เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน ก่อให้เกิดการสร้างสังคมแห่งวัฒนธรรมความรู้ ภูมิปัญญา จิตสาธารณะ และนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์กับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว พบว่ามีความคล้ายคลึงกันหลายส่วน จึงอาจกล่าวได้ว่าองค์ประกอบเหล่านี้สามารถนำมาใช้เป็นดัชนีชี้วัดในการปฏิบัติงานบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ได้ต่อไป

2.4 แนวคิดเรื่องสมรรถนะ (Competency)

2.4.1 ความหมายของสมรรถนะ

มีคำในภาษาไทยหลายคำที่ใช้แทนคำว่า Competency เช่น สมรรถนะ ความสามารถ และสมรรถภาพ คำว่า “สมรรถนะ” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 แปลว่าความสามารถ คำว่าความสามารถ ตามแนวคิดทางจิตวิทยาใช้คำว่า Ability หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้ที่จะปฏิบัติงานหรือความสามารถ และความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน แนวคิดด้านการวัด และการประเมินผลบุคคลใช้คำว่าศักยภาพ (Potential) ซึ่งหมายถึงการมีจุดเด่นที่มีขีดความสามารถในการทำงานของบุคคลที่มีประสิทธิภาพซึ่งซ่อนเร้นอยู่ภายใน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525) นอกจากนี้แล้ว ด้านแนวคิดทางการจัดการใช้คำว่าความสามารถหลักขององค์กรธุรกิจ (Core Competency) ซึ่งหมายถึง การทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ส่วนคำว่าสมรรถภาพ (Capability) หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่ต้องการทักษะทางวิชาชีพ ศักยภาพในการเรียนรู้ และความสามารถที่จำเป็นต่อความสำเร็จ (ดนัย เทียนพุฒ, 2548) สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548ก) ใช้คำว่าสมรรถนะ (Competency) โดยณรงค์วิทย์ แสนทอง (2547ข) ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า Competency ประกอบด้วยความรู้ พฤติกรรม ทักษะ คติ ความเชื่อ และอุปนิสัยของบุคคล คำว่า Competency จะช่วยจัดระบบขององค์ประกอบดังกล่าวให้เห็นภาพรวมชัดเจน โดยสรุปแล้วนักวิชาการส่วนใหญ่ใช้คำว่าสมรรถนะที่หมายถึงความสามารถ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ใช้คำว่าสมรรถนะที่แปลว่าความสามารถตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 และแนวคิดทางด้านการจัดการที่นำเอาสมรรถนะไปใช้กับทางธุรกิจ McClelland (1999) กล่าวว่า สมรรถนะหมายถึงบุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคลผ่านการทดสอบขีดความสามารถ ซึ่งสามารถผลักดันไปให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบได้ ในขณะที่ Spencer & Spencer (1993) กล่าวว่าสมรรถนะคือคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคคล (Underlying Characteristics of an Individual) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของงานเป็นคุณลักษณะในส่วนลึกเฉพาะบุคคล ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมที่สามารถทำนายผลลัพธ์ที่ดีเลิศ (Superior Performance) ในงานได้

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะหรือขีดความสามารถในการทำงาน เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 1970 โดย McClelland ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยบุคลากรที่ทำงานในตำแหน่งเดียวกันจึงมีผลงานที่แตกต่างกัน และได้แยกบุคลากรที่มีผลปฏิบัติงานที่ดีออกจากบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานพอใช้ แล้วศึกษาว่าบุคลากรทั้ง 2 กลุ่ม มีผลการปฏิบัติงานเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ผลการศึกษาสรุปได้ว่าบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดีจะมีสิ่งหนึ่งที่เรียกว่าสมรรถนะ ถือเป็นจุดกำเนิดของแนวคิดสมรรถนะที่อธิบายบุคลิกลักษณะของคนว่าเปรียบเสมือนภูเขาน้ำแข็ง (จิระประภา อัครบวร, 2549)



ภาพ 2 - 1 แบบจำลองภูเขาน้ำแข็ง (The Iceberg Model)

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรม [online: http://www.ocsb.go.th/upload/contents/20/attachfiles/F6523_250708.pdf]

จากภาพ 2.4.1 แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของบุคคลซึ่งเปรียบเสมือนภูเขาน้ำแข็งที่ลอยอยู่บนน้ำโดยมีส่วนยอดส่วนหนึ่งที่ลอยอยู่เหนือน้ำ ซึ่งสามารถสังเกตและวัดได้ง่าย กล่าวคือความรู้ตามสาขาต่าง ๆ ที่ได้มาจากการศึกษา (Knowledge) และส่วนของทักษะ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญพิเศษด้านต่างๆ (Skills) สำหรับส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่อยู่ใต้น้ำซึ่งเป็นส่วนที่มีปริมาณมากกว่านั้น เป็นส่วนที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนและวัดได้ยากกว่า หมายถึงส่วนที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลมากกว่า ได้แก่ บทบาทที่แสดงออกต่อสังคม (Social role) ภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image) ลักษณะนิสัย (Traits) และแรงจูงใจ (Motive) ส่วนที่อยู่เหนือน้ำนั้น เป็นส่วนที่มีความสัมพันธ์กันกับเขาวนปัญญาของแต่ละบุคคล ซึ่งการที่มีบุคคลที่มีความฉลาด สามารถเรียนรู้องค์ความรู้ด้านต่าง ๆ และทักษะอื่น ๆ ได้นั้นยังไม่ใช่เพียงพอที่จะทำให้มีผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีความผลักดันภายในคือ คุณลักษณะส่วนบุคคล ภาพลักษณ์ของตนเอง และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคมอย่างเหมาะสมด้วย จึงทำให้บุคคลนั้นกลายเป็นผู้ที่มีผลงาน และความรู้ความสามารถที่โดดเด่น สมรรถนะที่ว่าเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลต่อความมีประสิทธิภาพของเกณฑ์ที่ใช้

และการปฏิบัติงานที่ได้ผลการทำงานที่ดีขึ้นกว่าเดิมนอกจากนี้สมรรถนะยังเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของแต่ละบุคคล (Underlying Characteristics) ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลจากความมีประสิทธิภาพของเกณฑ์ที่ใช้ (Criterion Reference) และการปฏิบัติงานที่ได้ผลงานสูงกว่ามาตรฐาน (Superior Performance) (Spencer & Spencer, 1993)

2.4.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ

สมรรถนะของบุคคลตามแนวคิดของ McClelland (1970) เกิดจากองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการดังนี้

1. ทักษะ (Skill) หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำได้ดีและฝึกปฏิบัติจนมีความชำนาญ เช่น ทักษะการอ่าน ทักษะการพูด ทักษะการเขียน ทักษะในการติดต่อสื่อสาร และทักษะการบริการ เป็นต้น
2. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้เฉพาะด้านของบุคคล เช่นความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ด้านการจัดการ และความรู้ด้านการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ทศนคติค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Concept) เช่น คนที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confident) จะเชื่อว่าตนเองสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้
4. บุคลิกประจำตัวบุคคล (Traits) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลผู้นั้น เช่น เป็นคนที่มีลักษณะเป็นผู้นำ เชื่อถือและน่าไว้วางใจ และมีจิตบริการ
5. แรงจูงใจหรือแรงขับภายใน (Motives) ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่สิ่งที่เป้าหมาย เช่น บุคคลที่มุ่งผลสำเร็จ (Achievement Orientation) จะพยายามทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย และปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเองตลอดเวลา

องค์ประกอบทั้ง 5 ประการรวมกันเป็นคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลและก่อให้เกิดสมรรถนะ ซึ่งเป็นสิ่งที่ซ่อนอยู่ภายในโดยจะเห็นได้เฉพาะพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นได้เท่านั้น โดยลักษณะดังกล่าวอยู่ในรูปแบบจำลองภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) นอกจากนี้ คุณลักษณะดังกล่าวนี้ สามารถสรุปได้ว่าสมรรถนะหรือขีดความสามารถ หมายถึง ทักษะ ความรู้ ทศนคติ ค่านิยม คุณลักษณะประจำตัวบุคคลและแรงจูงใจหรือแรงขับภายในซึ่งบุคคลนั้นจะแสดงออกเป็นวิธีคิด และพฤติกรรมในการทำงานที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลลักษณะของสองพฤติกรรม (The two face of power) (McClelland, 1970) เช่น มีเจตคติด้านหนึ่งแต่แสดงซึ่งพฤติกรรมอีกด้านหนึ่ง เป็นต้น เพื่อเรียนรู้จากการเปลี่ยนแปลง และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องอันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จตามมาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐานที่องค์กรได้กำหนดเอาไว้

สำหรับการจัดแบ่งประเภทของสมรรถนะนั้น ฌรณศิริวิทย์ แสนทอง (2547) ได้แบ่งประเภทของสมรรถนะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. สมรรถนะหลัก (Core Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และความเชื่อ และอุปนิสัยของคนในองค์กรโดยรวมที่จะช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ตามวิสัยทัศน์ได้

2. สมรรถนะตามสายงาน (Job Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็น ถึงความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และความเชื่อ และอุปนิสัยที่จะช่วยส่งเสริมให้คนนั้น ๆ สามารถสร้างผลงานในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งนั้น ได้สูงกว่ามาตรฐาน

3. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้ เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และความเชื่อ และอุปนิสัยที่ทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้โดดเด่นกว่าคนทั่วไป เช่น สามารถอดทนต่อความร้อนได้ดีกว่าคนอื่น ซึ่งเรามักเรียกว่าสมรรถนะส่วนบุคคลว่า ความสามารถพิเศษส่วนบุคคล

จิรประภา อัครบวร (2549) กล่าวว่าสมรรถนะในตำแหน่งหนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วย 3 ประเภท ได้แก่

1. สมรรถนะหลัก (Core Competency) คือ พฤติกรรมที่ดีที่ทุกคนในองค์กรจะต้องมีเพื่อแสดง ถึงวัฒนธรรมและหลักนิยมขององค์กร

2. สมรรถนะบริหาร (Professional Competency) คือ คุณสมบัติความสามารถในด้านของการ บริหารที่บุคลากรในองค์กรทุกคนจำเป็นต้องมีในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ และ วิสัยทัศน์ขององค์กร

3. สมรรถนะเชิงเทคนิค (Technical Competency) คือ ทักษะด้านวิชาชีพที่จำเป็นในการนำไป ปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จโดยจะแตกต่างกันตามลักษณะงาน โดยสามารถจำแนก ได้ 2 ส่วนย่อย ได้แก่ สมรรถนะเชิงเทคนิคหลัก (Core Technical Competency) และสมรรถนะเชิงเทคนิคเฉพาะ (Specific Technical Competency)

McLagen (1997) ได้จำแนกประเภทของสมรรถนะไว้ว่าสมรรถนะตามลักษณะงานเป็นการแสดงถึง สมรรถนะต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็นงานย่อย ๆ และกำหนดขอบเขตของงานที่ทำได้ สมรรถนะตามลักษณะของ ผลลัพธ์ ลักษณะของสมรรถนะที่สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อย ซึ่งผลลัพธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านั้นจะรวมไปสู่ผลลัพธ์ร่วมกัน สมรรถนะตามผลของการกระทำสมรรถนะในลักษณะนี้จำเป็นที่จะต้องค้นหา ความต้องการของผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้ได้ความต้องการในการผลิตหรือบริการ จากนั้น จึงแบ่งผลที่ได้ออกเป็นองค์ประกอบย่อย ๆ และสามารถกำหนดคุณภาพและมาตรฐานที่ต้องการในการตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ สมรรถนะตามความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ผู้ที่มีความเฉลียวฉลาดจะมีการแสดงออก ทางพฤติกรรมหรือวิธีการต่าง ๆ ที่จะบ่งบอกว่าคนผู้นั้นมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้สูงกว่ามาตรฐานที่

กำหนด ในส่วนของสมรรถนะในลักษณะนี้ จะต้องแยกแยะออกมาให้เห็นว่า ความรู้ ทักษะ และทัศนคติอะไรบ้างที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวนี้จะรวมไปถึงการมุ่งเน้นในความสำเร็จของเป้าหมาย การค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและจะนำมาซึ่งการใช้เป้าหมายเป็นตัวกำหนดลำดับความสำคัญของการทำงานต่อไปได้

ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2547) ได้แบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก หมายถึงบุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยของคนในองค์กรที่ทุกคนควรมีและสามารถช่วยสนับสนุนให้องค์การบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ได้ 2) สมรรถนะตามสายงาน หมายถึงสมรรถนะเฉพาะทางที่ส่งเสริมให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งงานนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 3) สมรรถนะส่วนบุคคล หมายถึงคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แสดงถึงความโดดเด่นและแตกต่างจากคนอื่น ๆ ทั้งในเรื่องของความรู้ ทักษะ และความสามารถพิเศษเป็นความสามารถเฉพาะบุคคล เช่น สามารถคิดเลขได้เร็วโดยไม่ต้องใช้เครื่องคิดเลข สามารถสื่อสารได้หลายภาษา เป็นต้น โดยสามารถเรียกได้ว่าเป็นความสามารถพิเศษส่วนบุคคล

เทียน ทองแก้ว (2550) ได้จำแนกสมรรถนะออกเป็น 5 ประเภท คือ สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) หมายถึงสมรรถนะที่แต่ละคนมีความสามารถเฉพาะตัว คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เช่น การต่อสู้ป้องกันตัว ความสามารถของนักดนตรี นักกายกรรม นักกีฬา เป็นต้น ลักษณะเหล่านี้ยากที่จะเลียนแบบหรือต้องมีความพยายามสูงมาก สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) หมายถึงสมรรถนะของบุคคลกับการทำงานในตำแหน่งหรือบทบาทเฉพาะตัว เช่น อาชีพนักสำรวจ ก็ต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข การคิดคำนวณ ความสามารถในการทำบัญชี เป็นต้น สมรรถนะองค์กร (Organizational Competencies) หมายถึงความสามารถพิเศษเฉพาะองค์กรนี้เท่านั้น สมรรถนะหลัก (Core Competencies) หมายถึงความสามารถสำคัญบุคคลต้องมีหรือต้องทำให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) หมายถึงความสามารถของบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ตำแหน่งหน้าที่อาจเหมือนแต่ความสามารถตามหน้าที่ต่างกัน

จากแนวคิดการแบ่งประเภทของสมรรถนะดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าสมรรถนะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ สมรรถนะหลัก (Core Competency) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่บุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องมี ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้บรรลุเป้าหมายขององค์กร อาทิ ความรู้รอบเกี่ยวกับองค์กร ความซื่อสัตย์ ความใฝ่รู้ และความรับผิดชอบ หรือหมายถึงบุคลิกลักษณะความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมีหรือต้องทำ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยของคน เป็นต้น อีกประเภทหนึ่ง คือ สมรรถนะตามสายงาน (Functional Competency) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่บุคลากรที่ปฏิบัติงานใน

ตำแหน่งต่าง ๆ หรือทักษะด้านวิชาชีพที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน อีกทั้งเป็นทักษะที่ควรมีเพื่อให้งานสำเร็จและได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการและทำให้การปฏิบัติงานในวิชาชีพให้บรรลุผลสำเร็จ

2.4.3 การกำหนดสมรรถนะ

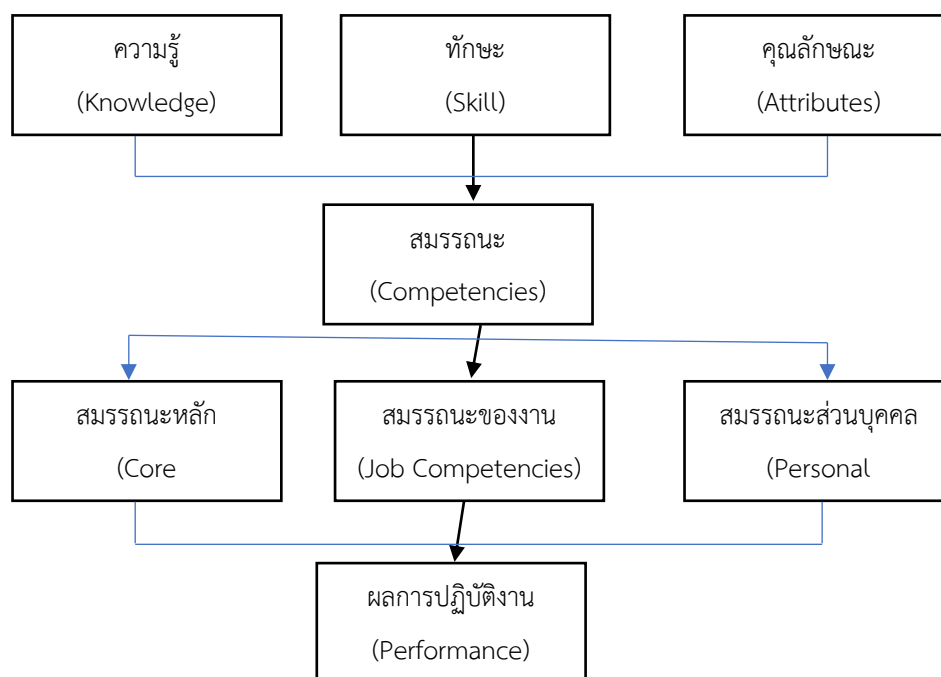
อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์ (2555) กล่าวถึงแนวทางในการหาสมรรถนะด้านการจัดการ และสมรรถนะด้านเทคนิคได้แก่ ควรมีการวิเคราะห์ของตำแหน่งงานนั้น ๆ ก่อน ทั้งนี้การวิเคราะห์งานจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการจัดทำคำบรรยายลักษณะงาน ซึ่งเป็นเอกสารที่กำหนดขอบเขตหน้าที่ และความรับผิดชอบของตำแหน่งงานรวมทั้งคุณสมบัติที่จำเป็นของตำแหน่งงานนั้น ๆ ใช้คำบรรยายลักษณะงานเป็นพื้นฐานและแนวทางในการหาสมรรถนะด้านการจัดการและสมรรถนะด้านเทคนิค โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานหรือการจัดการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย โดยให้บุคคลที่เกี่ยวข้องมาประชุมเพื่อปรึกษาหารือและกำหนดสมรรถนะด้านการจัดการและสมรรถนะด้านเทคนิคร่วมกัน นอกจากนี้การกำหนดสมรรถนะจะอาศัยวิธีการใดวิธีการเดียวหรือหลายวิธีการผสมผสานกัน แต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือการกำหนดสมรรถนะนั้นจะต้องพิจารณาจากพื้นฐานของความจริงด้วย (Hall & Jones, 1976) ดังนั้นการกำหนดสมรรถนะที่ชัดเจนจะช่วยให้ได้สมรรถนะที่จำเป็น สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องการกำหนดสมรรถนะ จึงควรเป็นหน้าที่หรือความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้ที่ประยุกต์หลักสมรรถนะไปใช้

2.4.4 ระดับของสมรรถนะ

ระดับของสมรรถนะ หมายถึงระดับของพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงถึงความสามารถหรือประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคคลตามตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ ระดับของสมรรถนะนี้โดยทั่วไปจะกำหนดจากความชำนาญหรือความคล่องแคล่วของในแต่ละสมรรถนะ ตามขีดความสามารถของกลุ่มสมรรถนะหลัก กลุ่มสมรรถนะตามหน้าที่ และกลุ่มสมรรถนะในงาน แบ่งเป็น 5 ระดับตามชำนาญ (Benner, 1984) ได้แก่ ระดับที่ 1 ขั้นพื้นฐานหรือเริ่มต้น (Novice) หมายถึงระดับทักษะพื้นฐานที่ผู้ปฏิบัติงานควรมีแต่ยังไม่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริงมาก่อนเลยต้องมีการชี้แนะอย่างใกล้ชิด ระดับที่ 2 ระดับก้าวหน้าระดับต้น (Advance Beginner) หมายถึงเป็นระยะปฏิบัติงานที่ยอมรับได้ในระดับต้น สามารถเผชิญกับสถานการณ์จริงที่เคยมีประสบการณ์มาแล้วโดยใช้หลักการกว้าง ๆ เป็นแนวทางในการประเมินสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสมเป็นรายกรณี แต่ยังต้องการการชี้แนะ ความช่วยเหลือ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าควรทำอะไรก่อนหลัง ระดับที่ 3 ระดับผู้มีความสามารถ (Competent) เป็นระยะปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ในงานที่ทำเป็นประจำเป็นเวลา 2-3 ปี จึง

สามารถปฏิบัติด้วยความตระหนักรู้หรือมองเห็นเป้าหมายการปฏิบัติงานในระยะยาว มีการคิดได้ตรงว่าสิ่งใดควรให้ความสำคัญ สิ่งใดสามารถละเว้นได้ และสามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาและเผชิญกับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ ระดับ 4 ระดับผู้ชำนาญการ (Proficient) เป็นระยะที่ปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพในงานที่ทำเป็นเวลา 3-5 ปี สามารถมองสถานการณ์ในภาพรวม การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์กัน ทำให้เกิดการตัดสินใจที่ดี สามารถวางแผนรองรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือเป็นการกระทำเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา มากกว่ารอให้ปัญหาเกิด ระดับที่ 5 ระดับผู้เชี่ยวชาญ (Expert) เป็นระยะที่มีประสบการณ์มากมีความเข้าใจในแต่ ละสถานการณ์อย่างลึกซึ้งสามารถวินิจฉัยปัญหาได้อย่างถูกต้อง เป็นระยะที่ไม่ยึดติดกับหลัก การกฎเกณฑ์ต่าง ๆ แต่เป็นการใช้ความรู้สึก การคาดเดาที่เกิดจากประสบการณ์และทักษะการวิเคราะห์ปัญหาระดับสูง

จากการศึกษาแนวคิดเรื่องสมรรถนะ ความหมายของสมรรถนะ ความสำคัญของสมรรถนะ องค์ประกอบ ของสมรรถนะ ประเภทของสมรรถนะ การกำหนดสมรรถนะ และระดับของสมรรถนะมาใช้ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการวัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และ ลำปางสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังภาพ 2.



ภาพที่ 2. : การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องสมรรถนะ

สำหรับประเทศไทย รัฐบาลปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนทุกช่วงวัย ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้มีความรู้ความสามารถและทักษะที่จะประกอบอาชีพได้หลากหลายในอนาคต และมีเป้าหมายที่จะพัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาได้จัดทำกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (National Qualifications Framework: NQF) มี 8 ระดับ สอดคล้องกับระดับคุณวุฒิของกรอบคุณวุฒิอ้างอิงอาเซียน (ASEAN Qualifications Reference Framework: AQRf) โดยกรอบคุณวุฒิแห่งชาตินี้ หมายถึง กรอบแนวทางการเชื่อมโยงผลลัพธ์การเรียนรู้ของระดับคุณวุฒิการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานการเรียนรู้ในแต่ละระดับและประเภทการศึกษากับระดับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานอาชีพ เน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่

1) ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง หลักการ ทฤษฎี และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่เรียน / ทำงาน โดยเน้นความรู้เชิงทฤษฎีและ/หรือข้อเท็จจริงเป็นหลัก (Theoretical and/or factual)

2) ทักษะ (Skills) หมายถึง ความสามารถปฏิบัติงานซึ่งบุคคลนั้นควรทำได้เมื่อได้รับมอบหมาย โดยสามารถเลือกใช้วิธีการจัดการและแก้ปัญหาการทำงาน ด้วยทักษะกระบวนการคิด (Cognitive Skills) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ตรรกะ ทักษะการหยั่งรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Logical, Intuitive and Creative Thinking) หรือทักษะการปฏิบัติ/วิธีปฏิบัติที่มีความคล่องแคล่วและความชำนาญในการปฏิบัติตามกรอบคุณวุฒิแต่ละระดับ

3) ความสามารถในการประยุกต์ใช้และความรับผิดชอบ (Application and Responsibility) หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ การใช้ความรู้ ทักษะทางสังคม ในการทำงาน/ศึกษาอบรม เพื่อการพัฒนาวิชาชีพของบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วยความสามารถในการสื่อสาร ภาวะผู้นำ ความรับผิดชอบ (Responsibility) และความเป็นอิสระ (Autonomy) ในการดำเนินการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง เช่น ความสามารถในการตัดสินใจและความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น

สำหรับสมรรถนะ (Competency) ในกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ กล่าวว่า สมรรถนะหมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกิดจากการประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) สมรรถนะแกนกลาง (Core Competency) หมายถึง ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะทั่วไปในการปฏิบัติงาน เช่น การสื่อสาร การคำนวณ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การคิดวิเคราะห์การแก้ปัญหา และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น

2) สมรรถนะอาชีพ (Occupational Competency) หมายถึง ความรู้ ความสามารถและทักษะเฉพาะในการปฏิบัติงานในแต่ละสาขางานหรือสาขาวิชาชีพ (Functional Competency)

ตารางที่ ๑ ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามระดับคุณวุฒิตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ

ระดับ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘
ความรู้	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานอาชีพ การสื่อสาร ในการปฏิบัติงาน และการใช้ชีวิตในโลกของงาน	ความรู้ในการสื่อสาร และ สารสนเทศ ในการปฏิบัติงาน พื้นฐาน <u>ตามข้อเท็จจริง (Factual)</u> ของลักษณะงานอาชีพ	ความรู้ในหลักการ (Principles) ที่ไปของงานอาชีพเฉพาะ และ <u>การวิเคราะห์เบื้องต้น</u> รวมทั้งมีความรู้ภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถใช้ในการสื่อสารเบื้องต้นได้	ความรู้ทางทฤษฎี และเทคนิค ที่ครอบคลุมขอบเขตของงานอาชีพ และ ความรู้ภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในระดับที่เชื่อมโยงกับการทำงาน	ความรู้ทางทฤษฎี และเทคนิคเชิงลึก ภายใต้ขอบเขตของงานอาชีพ	ความรู้ทางทฤษฎี และเทคนิคเฉพาะทาง อย่างกว้างขวาง และเป็นระบบ ในงานอาชีพ	ความรู้ในระดับ <u>แนวทฤษฎีอย่างลึกซึ้ง</u>	ความรู้ในระดับ <u>แนวทฤษฎีอย่างเชี่ยวชาญสูงสุด</u>
ทักษะ	ทักษะพื้นฐานด้านงานอาชีพ ทักษะการสื่อสาร ทักษะชีวิต และ ทักษะในการปฏิบัติงานประจำ ที่ไม่มีความซับซ้อน	ทักษะในการปฏิบัติงาน <u>ตามขั้นตอนและมาตรฐาน</u> ที่กำหนด รวมทั้งทักษะการคิด ทักษะชีวิต ทักษะการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์	ทักษะในการเลือก และประยุกต์ใช้ <u>วิธีการ เครื่องมือ และวัสดุ</u> ที่พื้นฐาน รวมทั้งการสื่อสาร และ เทคโนโลยีสารสนเทศ และ ทักษะในด้านความปลอดภัย ที่เกี่ยวข้อง	ทักษะในการปรับใช้ (Adapting) กระบวนการปฏิบัติงานให้เหมาะสม และความปลอดภัย ที่เชื่อมโยงกันในการทำงานที่หลากหลาย	ทักษะในการคิดวิเคราะห์ และ การแก้ปัญหา และทักษะ ในการวางแผน การบริหารจัดการ การประสานงาน และการประเมินผล ในการปฏิบัติงาน	ทักษะในการคิดวิเคราะห์ <u>วิจารณ์ และเปรียบเทียบ</u> ปัญหา	ทักษะในการคิดวิเคราะห์ <u>สร้างสรรค์ ผลงานวิจัย ด้วยตัวเอง</u> รวมทั้งทักษะ ในการขยายองค์ความรู้ และแนวปฏิบัติ และสามารถ ใช้ภาษาอังกฤษในสิ่งวิชาการ	วิริยอุตสาหะ วิจัย ที่มีผลต่อการสร้างองค์ความรู้ หรือแนวปฏิบัติใหม่ ได้ด้วยตนเอง รวมทั้ง สามารถ ใช้ภาษาอังกฤษ ในการนำเสนอ ผลงานทางวิชาการ และมีผลงานทางวิชาการ ที่ได้รับการตีพิมพ์ และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ระดับ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘
ความสามารถในการประยุกต์ใช้ และ ความรับผิดชอบ	● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ประจำตามขั้นตอน ที่กำหนด ● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ภายใต้การกำกับ ดูแล และแนะนำ อย่างใกล้ชิด	● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ตามขั้นตอนและ มาตรฐานที่ กำหนด ● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ตามดูแล และรับผิดชอบ <u>ภายใต้ปัญหา เบื้องต้น</u>	● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ตามแบบแผน และ สามารถปรับตัว กับการเปลี่ยนแปลง ที่ไม่ซับซ้อน ● ความสามารถ ในการให้คำแนะนำ พื้นฐานที่ต้องใช้ การตัดสินใจและ การวางแผน ในการแก้ไขปัญหา โดยไม่อยู่ภายใต้ การควบคุม ในบางเรื่อง ● ประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ ทางวิชาชีพ และ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการแก้ไขปัญหา และการปฏิบัติงาน ในบริบทใหม่ รวมทั้งรับผิดชอบ ตนเองและผู้อื่น	● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ตามแบบแผน และ สามารถปรับตัว กับการเปลี่ยนแปลง (Change) ● ความสามารถ ในการแก้ปัญหา ด้วยตนเอง และ ประสานงาน เพื่อแก้ปัญหา ที่ไม่คุ้นเคย (Unfamiliar Issues)	● ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ภายใต้ <u>ความเปลี่ยนแปลง</u> ตลอดจน <u>ความสามารถ ในการประเมินผล การปฏิบัติงาน ด้วยตนเอง เพื่อ แก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน และเป็นวงกว้าง (Abstract Issues)</u> เป็นบางครั้ง	● แก้ไขปัญหา ที่ซับซ้อนและ คาดการณ์ไม่ได้ อยู่ตลอดเวลา (Complex and Changing) ● สามารถริเริ่ม ปรับปรุง วางแผนกลยุทธ์ ในการแก้ปัญหา ที่ซับซ้อนและ เป็นนวัตกรรม (Innovative Solutions) ● สามารถให้ <u>ความคิดเห็น (Judgement) และ รับผิดชอบ ในฐานะผู้เชี่ยวชาญ ที่มีองค์ความรู้ ทั้งการปฏิบัติ และการบริหารจัดการ</u> ● เป็นผู้เชี่ยวชาญ ที่มีองค์ความรู้ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ ตลอดจน การบริหารจัดการ	● แก้ไขปัญหา ที่ซับซ้อนและ คาดการณ์ไม่ได้ พัฒนาและ ทดสอบ ทดสอบ วิธีการใหม่ ๆ รวมทั้งหาคำตอบ อย่างสร้างสรรค์ (Innovative Solutions) ● สามารถให้ <u>ความคิดเห็น (Judgement) และ รับผิดชอบ ในฐานะผู้เชี่ยวชาญ ที่มีองค์ความรู้ ทั้งการปฏิบัติ และการบริหารจัดการ</u> ● เป็นผู้เชี่ยวชาญ และผู้นำ (Authoritative) สามารถให้คำแนะนำ ด้านความรู้ ในวิชาชีพ เพื่อ การบริหารจัดการ ด้านงานวิจัยหรือ องค์กร (Organization) และรับผิดชอบ อย่างสำคัญ ในการขยาย องค์ความรู้ และแนวปฏิบัติ รวมทั้งสร้างสรรค์และ/หรือกระบวนการใหม่ในวิชาชีพ	

หมายเหตุ: คำที่ขีดเส้นใต้ คือ ความรู้ ทักษะ ความสามารถในการประยุกต์ใช้และความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นในแต่ละระดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้ของกรอบคุณวุฒิอ้างอิงอาเซียน

ภาพ 2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามระดับคุณวุฒิตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ

ที่มา: กรอบคุณวุฒิแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (2560)

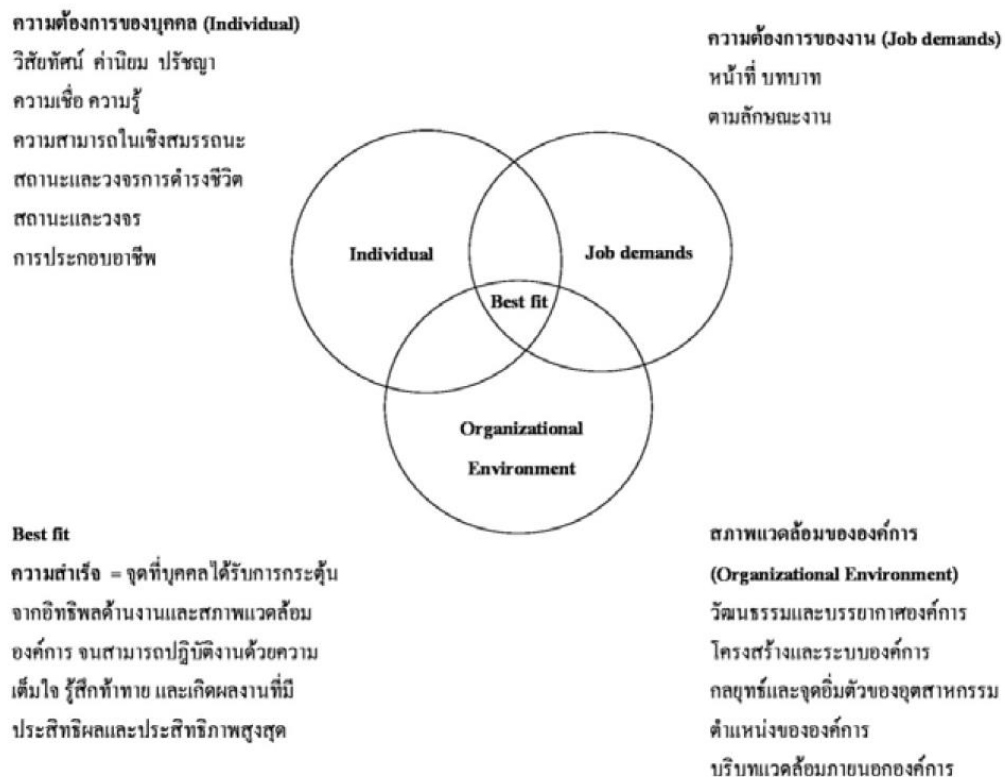
2.4.3 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะกับประสิทธิผลขององค์กร

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะ พบว่าสมรรถนะบุคคลส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิผลขององค์กร การศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผล เพื่อเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะ ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุ พบว่า ประสิทธิภาพ (Effectiveness) เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นที่ต้องมีบุคลากร ซึ่งได้แก่ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีความสามารถในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่เป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ภรณ์ กิริติบุตร, 2529)

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดขึ้น ประสิทธิภาพเกี่ยวข้องกับขอบเขตของเป้าหมายและระดับของผลลัพธ์ที่ผลิตออกมาและสามารถปฏิบัติงานบรรลุผลตามเป้าหมายที่ถูกกำหนดไว้ (Baird et al., 1990; Martin, 1991)

2.4.3.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลองค์กร

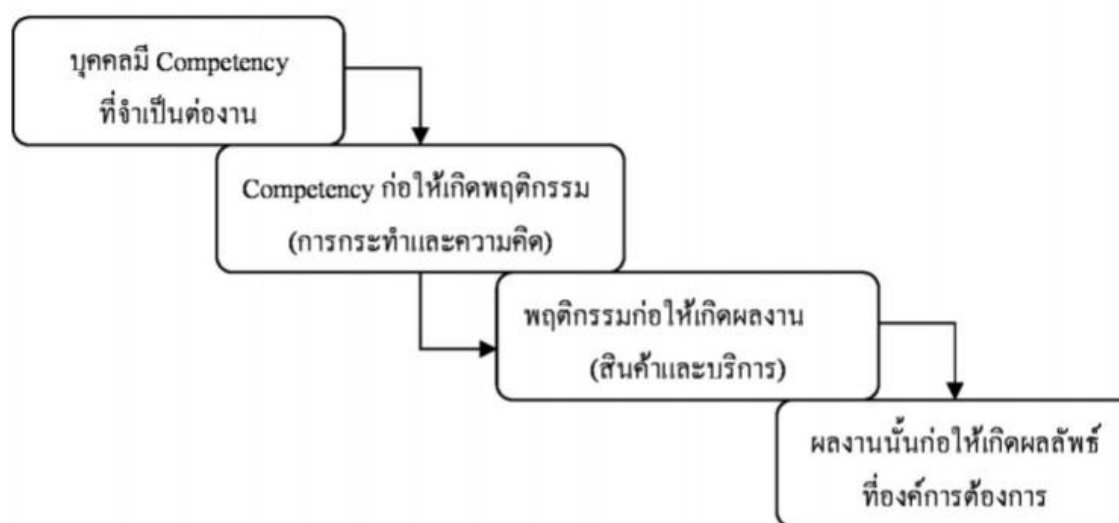
ความสัมพันธ์ของสมรรถนะบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ กับผลลัพธ์ขององค์กรไว้ในทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมการทำงานกับผลลัพธ์ขององค์กร (Contingency Theory of Action and Job Performance) ที่แสดงให้เห็นว่าผลงานที่ดีเลิศขององค์กรเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัย 3 ประการ คือ บุคคล งาน และองค์กร (Boyatzis, 1982) ปัจจัยเกี่ยวกับบุคคล ได้แก่ วิสัยทัศน์ ปรัชญาในการทำงาน วิธีการทำงาน ความรู้ ความสามารถหรือสมรรถนะของแต่ละคนจะต้องมีความสัมพันธ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการในบทบาทภารกิจและหน้าที่เฉพาะของงานกับสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างระบบกลยุทธการสร้างเสริมความเจริญเติบโตขององค์กร ความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 3 ประการ สามารถทำนายผลลัพธ์ขององค์กรได้ คือ การปรับตัวให้เกิดความสอดคล้องเหมาะสมระหว่างบุคคล ความต้องการของงาน และสิ่งแวดล้อมขององค์กรก่อให้เกิดความสามารถหลักขององค์กรและส่งผลให้เกิดผลงานที่ดีเลิศ และความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งสามารถแสดงลักษณะของความสัมพันธ์ได้ดังภาพ 2.4.2 ดังต่อไปนี้



ภาพ 2 - 2 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะของบุคคลกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมขององค์กร
 (อ้างอิงในศุภณัฐ ชีรสุธ, 2559)

จากภาพ 2.4.2 แสดงความสัมพันธ์ของสมรรถนะบุคคลกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมขององค์กรตามแนวคิดของ Boyatzis ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของพิมพานต์ ไชยสังข์ (2546) ที่ได้ศึกษาสมรรถนะของพนักงานในบริษัทที่ปรึกษาด้านบัญชีและการเงินแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลและบรรยากาศภายในองค์กรที่มีต่อสมรรถนะของพนักงานในบริษัทจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของบริษัทจำนวน 117 คน ผลการวิจัยพบว่าลักษณะส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานผู้จัดการและบรรยากาศองค์กรด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจนั้น สามารถพยากรณ์สมรรถนะโดยรวมของพนักงานได้อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรสามารถพยากรณ์สมรรถนะด้านความเชี่ยวชาญทางเทคนิคของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากแนวคิดของ Spencer & Spencer (1993) แสดงให้เห็นชัดเจนว่าองค์ประกอบของสมรรถนะ ซึ่งเป็นที่มาของสมรรถนะบุคคลมีความสัมพันธ์โดยตรงกับประสิทธิผลของงาน สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ (2548ก) ได้สรุปแนวคิดของ Shermon & Parry ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Spencer & Spencer ว่า สมรรถนะเกิดจากองค์ประกอบ

(Cluster) ด้านของความรู้ ทักษะ และทัศนคติของปัจเจกบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผลสัมฤทธิ์ของการทำงานของบุคคลนั้น ๆ เป็นบทบาทหรือความรับผิดชอบซึ่งสัมพันธ์กับผลงานและสามารถวัดค่าเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะสมรรถนะจะทำให้บุคคลแสดงออกถึงพฤติกรรมอันนำไปสู่ผลงานและนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการลักษณะของความสัมพันธ์แสดงได้ดังภาพ 2.4.3



ภาพ 2 - 3 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะกับผลงานและผลลัพธ์

ดัดแปลงจาก: Spencer & Spencer (1993)

จากภาพ 2.4.3 แสดงให้เห็นเกี่ยวกับลักษณะความสัมพันธ์ของสมรรถนะกับผลงานและผลลัพธ์ โดยแสดงให้เห็นว่าเมื่อบุคคลมีสมรรถนะที่จำเป็นต่องานแล้วนั้น สมรรถนะยังสามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกทางด้านการกระทำและความคิด ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติในแง่ของพฤติกรรมการขายสินค้าและบริการของบุคคลนั้น ซึ่งผลการปฏิบัติงานที่เกิดจากสมรรถนะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วทุกองค์กรมีความต้องการให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถที่แสดงออกในการปฏิบัติงานและส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพของการทำงานที่ดีและเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์กร ซึ่งองค์กรหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวและการบริการล้วนแต่ต้องการบุคลากรหรือพนักงานที่มีสมรรถนะที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่องค์กรอย่างสูงสุด

คุณลักษณะของสมรรถนะ ที่ประกอบไปด้วย แรงจูงใจ คุณลักษณะส่วนบุคคล แนวคิดของตนเอง ความรู้ และทักษะ สามารถนำมาจัดกลุ่มภายใต้เกณฑ์ของพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตเห็นได้ง่าย จำนวน 2 คุณลักษณะ ดังนี้ (Spencer & Spencer, 1993)

2.4.3.2 การแบ่งกลุ่มสมรรถนะ 2 คุณลักษณะ

1) สมรรถนะที่สามารถสังเกตได้หรือเห็นได้ (visible) ได้แก่ ความรู้ และทักษะ ซึ่งเป็นสมรรถนะที่มีโอกาสพัฒนาได้ง่าย

2) สมรรถนะที่อยู่ลึกลงไปหรือซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคล (hidden) ได้แก่ แรงจูงใจและคุณลักษณะส่วนบุคคลซึ่งเป็นสมรรถนะที่ยากต่อการวัดและพัฒนา

นอกจากนี้ยังมีสมรรถนะที่เรียกว่าแนวคิดของตนเอง ได้แก่ ทศนคติและค่านิยม ซึ่งเป็นสมรรถนะที่ปรับเปลี่ยนได้แต่ต้องใช้ระยะเวลานานและสามารถทำได้ด้วยการฝึกอบรมการใช้หลักจิตวิทยาหรือการสั่งสมประสบการณ์ในการพัฒนาแต่ก็เป็นสิ่งที่ทำได้ค่อนข้างยากและต้องใช้เวลา

2.4.3.3 การแบ่งกลุ่มสมรรถนะบุคคล

Spencer & Spencer (1993) ได้แบ่งกลุ่มสมรรถนะบุคคลออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ 6 กลุ่ม ดังนี้

1) สมรรถนะกลุ่มที่ 1 การกระทำและสัมฤทธิ์ผล (Achievement and Action) ประกอบด้วยสมรรถนะการมุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์ (achievement Orientation) การเอาใจใส่ระเบียบคุณภาพ และความถูกต้อง (Concern for order, Quality, and Accuracy) ความคิดริเริ่ม (Initiative) และการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

2) สมรรถนะกลุ่มที่ 2 การบริการคนอื่นและการช่วยเหลือ (Helping and Human Service) ประกอบด้วยสมรรถนะความเข้าใจด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal understanding) และการมุ่งบริการลูกค้า (Customer service orientation)

3) สมรรถนะกลุ่มที่ 3 การใช้อิทธิพลและผลกระทบ (Impact and Influence) ประกอบด้วยสมรรถนะการใช้อิทธิพลและผลกระทบ (Impact and Influence) การตระหนักถึงองค์กร (Organizational Awareness) และการสร้างสัมพันธ์ภาพ (Relationship Building)

4) สมรรถนะกลุ่มที่ 4 การจัดการ (Managerial) ประกอบด้วยสมรรถนะการมุ่งพัฒนาคนอื่น (Developing others) การชี้นำการใช้อำนาจที่มีอยู่ในตำแหน่ง (Defectiveness: Assertiveness and use

of Position Power) การให้ความร่วมมือ และการทำงานเป็นกลุ่ม (Teamwork and Cooperation) และสถานะการเป็นผู้นำกลุ่ม (Team leadership)

5) สมรรถนะกลุ่มที่ 5 การรู้คิด (Cognitive) ประกอบด้วยสมรรถนะด้านการคิดเชิงวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การคิดรวบยอด (Conceptual Thinking) และความชำนาญทางการบริหารจัดการทางวิชาชีพและทางเทคนิค (Technical and Professional Managerial Expertise)

6) สมรรถนะกลุ่มที่ 6 ประสิทธิภาพส่วนตัว (Personal Effectiveness) ประกอบด้วยสมรรถนะในการควบคุมตนเอง (Self-control) ความมั่นใจในตนเอง (Self-confidence) ความยืดหยุ่น (Flexibility) ความมุ่งมั่นต่อองค์กร (Organization commitment)

2.4.3.4 การแบ่งสมรรถนะออกเป็นรายด้านตามแนวคิดของ Zwell (2000, อ้างใน เรชา ชูสุวรรณ, 2550, น. 38) ได้จัดกลุ่มของสมรรถนะออกเป็น 5 กลุ่ม คือ สมรรถนะด้านการใช้ผลสัมฤทธิ์ในหน้าที่การงาน สมรรถนะด้านสัมพันธภาพ สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล สมรรถนะด้านการจัดการ และสมรรถนะด้านความเป็นผู้นำแต่ละกลุ่มสมรรถนะ ประกอบด้วยสมรรถนะย่อย ดังนี้

1) สมรรถนะด้านการใช้ผลสัมฤทธิ์ในหน้าที่การงาน (Task Achievement Competencies) สมรรถนะด้านนี้เป็นประเภทของสมรรถนะที่จะทำให้บุคคลเป็นผู้ที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย

(1.1) การมุ่งในผลลัพธ์ (Results Orientation) ประกอบด้วยการตั้งเป้าหมายและมุ่งมั่นเพื่อประสบความสำเร็จและประสบความสำเร็จในเป้าหมายที่ท้าทาย พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่การตั้งเป้าหมายที่สามารถประสบความสำเร็จได้ ความมุ่งมั่นที่จะไปสู่เป้าหมายและพัฒนามาตรฐาน วัดได้จากพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงาน

(1.2) การจัดการผลการปฏิบัติงาน (Managing Performance) ความสามารถนี้บุคคลจะวางแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์การควบคุม และวัดผลการปฏิบัติงานและตัดสินใจที่จะจัดการในปัญหาจากการปฏิบัติงาน สมรรถนะด้านนี้จะเกี่ยวข้องกับการมุ่งมั่นในผลลัพธ์แต่สามารถแยกแยะได้ เพราะว่าคนที่ตั้งเป้าหมายท้าทายอาจไม่มีความสามารถที่จะควบคุมและวัดผลการปฏิบัติงานของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีพฤติกรรมที่สำคัญของการปฏิบัติงาน มีการตั้งผลลัพธ์การทำงานที่ต้องการอย่างชัดเจนและนิยามไว้อย่างดีสำหรับการทำงานและความก้าวหน้าของงานมีการค้นหาข้อมูลย้อนกลับในการปฏิบัติงานจากผู้อื่น

(1.3) อิทธิพล (Influence) บุคคลที่มีอิทธิพลสามารถระบุถึงผู้ที่ทำการตัดสินใจที่สำคัญและบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพวกเขามีการคาดการณ์ถึงปฏิกิริยาและเหตุผลที่คัดค้าน เพื่อจะวางแผนถึงวิธีที่จะเอาชนะในสิ่งเหล่านั้น พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนา และเสนอกระบวนการให้เหตุผลที่น่าพอใจ เพื่อที่จะตัดสินใจจัดการในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการ และความต้องการของผู้อื่นในการรับข้อมูล และตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพต่อเหตุผลที่คัดค้าน

(1.4) ความคิดริเริ่ม (Initiative) เป็นคำที่คล้ายกับคำว่า Proactive ที่หมายถึงแรงขับที่ต้องการให้พนักงานได้ทำในสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองที่จะทำให้พวกเขาและธุรกิจประสบความสำเร็จ เป็นสมรรถนะขั้นสูงด้านหนึ่งที่แยกผู้ปฏิบัติงานในระดับสูงกับผู้ปฏิบัติงานในระดับต่ำกว่า ได้พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การลงมือกระทำโดยปราศจากการถูกถามหรือถูกต้องการให้ทำงานริเริ่มโครงการของบุคคลหรือกลุ่ม และให้ความรับผิดชอบโดยสมบูรณ์ในการทำงานให้สำเร็จ

(1.5) ประสิทธิภาพในการผลิต (Production Efficiency) เป็นสมรรถนะที่จะทำงานได้รับการปฏิบัติอย่างรวดเร็ว มีมาตรฐานของคุณภาพในระดับสูง และใช้ทรัพยากรอย่างน้อยที่สุด บุคคลที่มีความสามารถในด้านนี้สูง จะมีความตั้งใจ และความผูกพันต่อการทำงานให้เสร็จสิ้นด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงการมีความสามารถที่จะรวบรวมและแยกโครงการออกเป็นส่วน ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ทำให้มีความรวดเร็วในการประสบความสำเร็จ พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การปฏิบัติในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำแนกโครงการออกเป็นหน้างานแต่ละองค์ประกอบ มอบหมายงาน และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพถึงแม้ว่าจะอยู่ในสถานะที่ขาดแคลน

(1.6) ความยืดหยุ่น (Flexibility) บุคคลที่สามารถปรับตัวและตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว และมีการเปลี่ยนแปลงสภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผู้ที่มีสมรรถนะทางด้านความยืดหยุ่นสูง นอกจากนี้ ยังเปิดรับและตอบสนองต่อความคิดมุมมองกลยุทธ์และตำแหน่งใหม่ ๆ สามารถที่จะตอบสนองเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โดยสร้างนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการกระทำ พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ ความสามารถในการเปลี่ยนกลยุทธ์หรือวิธีการได้อย่างรวดเร็ว หากกลยุทธ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่สามารถทำงานได้ดี

(1.7) นวัตกรรม (Innovation) เป็นสมรรถนะที่บุคคลริเริ่มความคิดและวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสนใจต่อความคิดสร้างสรรค์และการประดิษฐ์ พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่การ

สนับสนุน และนำวิธีการและกระบวนการใหม่มาใช้ มีการค้นหาเชิงรุกเพื่อจะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงแนวคิดใหม่ ๆ หรือวิธีการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพเท่าที่จะเป็นไปได้

(1.8) ความสนใจในคุณภาพ (Concern for Quality) ความสนใจในคุณภาพทำให้มั่นใจว่าผลผลิตจากการทำงานทั้งหมดมีความถูกต้อง และตรงหรือเกินมาตรฐาน พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การเตรียมการ ใช้ทรัพยากรอย่างระมัดระวังและควบคุมความถูกต้อง และคุณภาพของงานของผู้อื่น และเข้าไปแก้ไขความผิดพลาดให้ถูกต้อง

(1.9) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) บุคคลที่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจะแสดงให้เห็นถึงระดับของความคิดริเริ่มและความสนใจในคุณภาพที่สูงขึ้น วิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้หน้าที่การงานหรือกระบวนการมีประสิทธิภาพและง่ายขึ้น มีการระดมสมองและสร้างแนวคิดใหม่ พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ มีการวิเคราะห์ระบบ กระบวนการ และแนวโน้มการปฏิบัติงาน เพื่อระบุถึงโอกาสสำหรับการปรับปรุงในการจัดหาเครื่องมือและวิธีการแก่ผู้อื่นให้แก้ไขปัญหา

(1.10) ความเชี่ยวชาญทางเทคนิค (Technical Expertise) เป็นสมรรถนะที่บุคคลต้องฝึกฝน ถ้าไม่มีความเชี่ยวชาญทางเทคนิคเพียงพอก็จะไม่มีสมรรถนะเพียงพอที่บุคคลนั้นจะปฏิบัติงานได้ดี พฤติกรรมสำคัญ ได้แก่ การมีและการใช้ความรู้ทางเทคนิคพื้นฐาน มีการพัฒนาวิธีที่มีอยู่ ให้ปรับเปลี่ยนไปได้ตามความต้องการเพื่อใช้แก้ไขปัญหาทางเทคนิค และบางครั้งมีการสร้างสรรค์วิธีและเทคนิคใหม่ ๆ

2) สมรรถนะด้านสัมพันธภาพ (Relationship Competencies) สมรรถนะประเภทนี้สัมพันธ์กับลักษณะนิสัยและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพและปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้อื่น

(2.1) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เป็นสมรรถนะที่จะปฏิบัติหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ที่ทำงานเป็นทีมได้อย่างดีเยี่ยม สามารถเปลี่ยนแปลงผลการปฏิบัติงานของสมาชิกผู้อื่นในทีม โดยใช้พฤติกรรมและรูปแบบที่หลากหลาย พฤติกรรมสำคัญ ได้แก่ การเติมเต็มความผูกพันให้แก่สมาชิกอื่นในทีม ให้มีข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้อื่นเพื่อช่วยเหลือสมาชิกของทีมให้ดีขึ้น

(2.2) การมุ่งในการบริการ (Service Orientation) ความผูกพันที่จะให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญต่อสมรรถนะในด้านนี้ การประยุกต์ใช้นี้ไม่เพียงแต่ลูกค้าภายนอกเท่านั้น แต่ต้องบริการแก่สัมพันธภาพอื่น ๆ ด้วย เช่น หัวหน้า ลูกค้า และผู้ได้บังคับบัญชา พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างตรงตามเวลา และสุภาพในการพยายามดึงข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าเพื่อที่จะสังเกตถึงความพึงพอใจ

(2.3) การตระหนักรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Interpersonal Awareness) เป็นสมรรถนะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเชาวน์อารมณ์ คนที่มีประสิทธิภาพจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้อื่นได้ องค์ประกอบสำคัญของการตระหนักรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลคือ ความสามารถในการฟังอย่างมีประสิทธิภาพ และความเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การรับฟังความคิดเห็นและเรื่องต่าง ๆ ของผู้อื่นอย่างตั้งใจ จัดการกับปัญหาที่ละเอียดอ่อนที่มีกับผู้อื่นอย่างไม่คุกคาม

(2.4) ความเข้าใจในความเป็นไปขององค์กร (Organizational Savvy) การใช้ความรู้ความเข้าใจในองค์กร บุคคลจะเข้าใจและใช้พลวัตขององค์กรในทางที่จะทำให้วัตถุประสงค์สำเร็จเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อองค์กรและผู้อื่น พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การเก็บข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็นในช่องทางการสื่อสารทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การพัฒนากลยุทธ์ที่จะได้มาซึ่งความผูกพันต่อโครงการและกลยุทธ์ที่มีพื้นฐานบนความรู้จากวัฒนธรรมองค์กร

(2.5) การสร้างสัมพันธภาพ (Relationship Building) ในงานส่วนใหญ่ การประสบความสำเร็จนั้นเกี่ยวข้องกับการได้รับความร่วมมือกันของทุกคน เมื่อบุคคลสามารถพัฒนาการเอาใจใส่สัมพันธภาพที่ไว้นื้อเชื่อใจกันก็จะประสบความสำเร็จ พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาสัมพันธภาพได้ง่ายกับผู้คนหลากหลาย ปรับเปลี่ยนรูปแบบการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพและวัฒนธรรมของผู้อื่น

(2.6) การแก้ปัญหาของความขัดแย้ง (Conflict Resolution) จุดประสงค์ของการแก้ปัญหาความขัดแย้งคือ การแก้ปัญหาความขัดแย้งและความไม่เห็นด้วยในวิธีที่ทุกกลุ่มจะได้รับความพึงพอใจและเห็นพ้องซึ่งกันและกัน และดึงเอาความคิดที่ดีที่สุดจากทุกฝ่ายมาสร้างวิธีแก้ปัญหาที่ดีและมีประสิทธิภาพ พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การแสดงความไม่เห็นด้วยในทางที่ไม่โจมตีหรือดูหมิ่นผู้อื่น และรู้เวลาที่จะประนีประนอม หรือยืนหยัดในเหตุผลของตนเอง

(2.7) ความตั้งใจในด้านของการติดต่อสื่อสาร (Attention to Communication) เป็นสมรรถนะที่บุคคลเก็บข้อมูลข่าวสารสำคัญเมื่อติดต่อกับคนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจวัตรประจำวัน วิกฤตการณ์หรือความก้าวหน้าของโครงการในระยะยาว พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การรวบรวมและแสดงความคิดเห็นได้อย่างชัดเจน มีการระบุและใช้วิธี รวมถึงใช้ช่องทางในการสื่อสารได้ดี มีความคิดสร้างสรรค์

(2.8) ความรู้สึกที่ไวต่อวัฒนธรรม (Cross-cultural Sensitivity) องค์กรที่สามารถงูใจและพัฒนาความฉลาดจากกลุ่มพนักงานจะมีข้อได้เปรียบจากการแข่งขัน พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาความรู้

และความเข้าใจ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภูมิหลัง ปรับเปลี่ยนการติดต่อสื่อสารและพฤติกรรมที่มีพื้นฐานมาจากความเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม

3) สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Attribute Competencies) สมรรถนะเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลสามารถสะท้อนออกมาในรูปของคุณลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับความเชื่อความรู้สึก และส่งผลต่อการทำงาน การรับรู้เอกลักษณ์ของตนเองประกอบด้วย

(3.1) ความซื่อสัตย์และความจริง (Integrity and Truth) เป็นสมรรถนะที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกที่มีต่อตัวเองและการยอมรับตัวเอง และระดับที่บุคคลจะรู้ความเป็นจริงของตนเอง มีแนวโน้มที่จะยอมรับและความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดในการทำงาน เป็นอิสระที่จะเผชิญกับความเสี่ยงในการลองสิ่งใหม่ ๆ และพูดในสิ่งที่คิดจะปฏิบัติตามสิ่งที่เห็นด้วยและผูกพัน พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การทำงานให้เสร็จสิ้นบนพื้นฐานของความผูกพันและข้อตกลงร่วมกัน ยอมรับความผิดพลาดแม้ว่าจะจะเป็นไปได้อาจทำให้เกิดผลลัพธ์ในทางลบ

(3.2) การพัฒนาตนเอง (Self-Development) เป็นสมรรถนะที่บุคคลแสดงความปรารถนาที่จะเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บุคคลที่มีสมรรถนะทางด้านนี้สูงจะประเมินทักษะปัจจุบันของตนเองอย่างถูกต้อง เช่นเดียวกับประเมินถึงสิ่งที่ต้องการเพื่อสามารถเพิ่มความสำเร็จในการทำงานมีการริเริ่มที่จะระบุถึงทักษะความสามารถที่ต้องการสำหรับตำแหน่งงานในอนาคตและทำในสิ่งที่นำมาได้ ซึ่งทักษะนั้นมีการค้นหาโอกาสที่จะเพิ่มการเติบโตและการพัฒนา พฤติกรรมที่สำคัญ คือ การระบุขอบเขตทักษะของตนเองที่จะต้องได้รับการพัฒนา และการค้นหาข้อมูลย้อนกลับทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง

(3.3) ความสามารถในการตัดสินใจ (Decisiveness) สามารถทำการตัดสินใจได้แม้ว่าจะอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ตึงเครียดสูงและมีความเสี่ยงสูงและสถานการณ์ที่คลุมเครือ สามารถดึงเอาความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่มเมื่อต้องการลงมือดำเนินการ สมาชิกในกลุ่มสามารถตัดสินใจในสิ่งที่ต้องการ ใช้เครื่องมือในการสื่อสารชักจูงและกระบวนการกลุ่มช่วยให้เกิดการตัดสินใจได้ พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ ทำการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีทางเลือกและผลลัพธ์ชัดเจน สามารถดึงเอาความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่มได้เมื่อต้องการความช่วยเหลือด้านการลงมือทำหรือการตัดสินใจ

(3.4) คุณภาพในการตัดสินใจ (Decision Quality) พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การตัดสินใจโดยการใช้การวิเคราะห์ผลกระทบระยะสั้นหรือผลกระทบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ปฏิกริยาของผู้คนและ

ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตามมารวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการระบุช่องว่างและการเบี่ยงเบนที่อาจเกิดขึ้นก่อนทำการตัดสินใจ โดยมองถึงผลกระทบในระยะยาว

(3.5) การจัดการกับความเครียด (Stress Management) เป็นสมรรถนะที่จะจัดการกับอารมณ์ แสดงความรู้สึกอย่างเหมาะสมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างสุภาพและอดกลั้นเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ย่างยาก สามารถเลือกการใช้การแสดงออกทางอารมณ์ในการสื่อสารและช่วยให้สิ่งต่าง ๆ บรรลุผลไปได้ พฤติกรรมที่สำคัญคือการแสดงออกอย่างสุขุมได้ แม้อยู่ในสถานการณ์ที่กดดัน และแสดงออกทางอารมณ์ที่จะลดความตึงเครียด โดยปราศจากการทำลายมิตรภาพหรือผลผลิต

(3.6) การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) เกี่ยวข้องกับการใช้ตรรกะหรือเหตุผลอย่างมีระบบ เพื่อการทำความเข้าใจในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่สามารถระบุและประเมินสาเหตุที่เป็นไปได้ของปัญหาการพัฒนาและการบริหารแผน เพื่อค้นหาปัญหาที่แท้จริง พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์แนวคิดข้อถกเถียงของปัญหา ออกเป็นแต่ละส่วนประกอบ วิเคราะห์ต้นทุน ประโยชน์และความเสี่ยง รวมถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จจากการตัดสินใจนั้น

(3.7) ความคิดรวบยอด (Conceptual Thinking) เกี่ยวข้องกับการใช้แนวคิดและความคิดทั่วไป เพื่อค้นหาความคล้ายคลึง และรวบยอดความคิดเข้าด้วยกัน ค้นหาทางที่จะเพิ่มความเข้าใจในการแก้ปัญหาที่มีผลต่อวัตรกรรม สามารถใช้ประสบการณ์หรือความรู้จากสถานการณ์อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมาสร้างแนวทางและวิธีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การระบุปัญหาหลักและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในสถานการณ์หนึ่ง ๆ สร้างและใช้ตัวอย่างหรือความเหมือนเพื่อช่วยให้ผู้อื่นเข้าใจแนวความคิดของตนเองได้

4) สมรรถนะด้านการจัดการ (Managerial Competencies) เป็นสมรรถนะที่จะเป็นตัวตัดสินว่าใครจะสามารถเป็นผู้จัดการที่ดีเยี่ยมได้ ความสามารถนี้ประกอบด้วยหน้าที่การทำงานหลักที่สำคัญ คือ การจัดการโครงการ การนิเทศพนักงาน และการพัฒนาพนักงาน สมรรถนะนี้ประกอบด้วย

(4.1) การสร้างทีมการทำงาน (Building Teamwork) เป็นการสร้างหน่วยงานที่มีการร่วมมือกัน จัดพนักงานเข้าด้วยกันและช่วยให้มีการเชื่อมโยงภายในหน่วยงาน การทำงานที่มีประสิทธิภาพ และช่วยให้จัดการกับปัญหาที่มีสาเหตุมาจากความไม่ลงรอยกันและการแตกแยก มีความเข้าใจในพลวัตของกลุ่ม และใช้ความเข้าใจนั้นเพื่อช่วยเหลือการทำงานของกลุ่มและพัฒนาผู้นำทีมที่เข้มแข็ง พฤติกรรมที่สำคัญคือ

การสร้างทิศทางของโครงการและมอบหมายทิศทางนั้นให้กับสมาชิกในทีม ช่วยขจัดสิ่งขวางกั้นขององค์กร และระบุทรัพยากรซึ่งนำมาช่วยเหลือทีมได้

(4.2) การจูงใจผู้อื่น (Motivation Others) เป็นสมรรถนะที่จะเพิ่มความผูกพันของพนักงานในงานที่ตนเองทำ โดยจูงใจให้ผู้อื่นได้บังคับบัญชา พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ เตรียมพร้อมที่จะยอมรับและจัดการกับปัญหาด้านขวัญและกำลังใจและใช้วิธีการที่หลากหลายในการเพิ่มพลัง และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่น

(4.3) การให้อำนาจแก่ผู้อื่น (Empowering Others) การช่วยให้ผู้อื่นพัฒนาสมรรถนะ โดยให้ความรับผิดชอบในหน้าที่และให้ความเป็นอิสระ โดยเพิ่มอำนาจในการทำงาน พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การยอมให้ผู้อื่นทำงานผิดพลาดและเผชิญกับความเสี่ยงเพื่อเป็นการเรียนรู้และพัฒนา มอบหมายความรับผิดชอบแก่ผู้อื่นโดยดูพื้นฐานของความสามารถและศักยภาพ

(4.4) การพัฒนาผู้อื่น (Developing Others) เป็นสิ่งจำเป็นมากในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่สนับสนุนพนักงานให้สามารถทำงานได้ดีที่สุดให้ข้อมูลย้อนกลับในพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงานช่วยให้พนักงานเข้าใจว่าอะไรคืองานหรือไม่ใช่งาน ช่วยให้ผู้อื่นได้บังคับบัญชาวิเคราะห์สถานการณ์และเสนอตัวอย่างและทางเลือกที่จะพัฒนาความสามารถ รักษา และสื่อสารความคาดหวังที่สูงแก่พนักงานที่จะช่วยบันทึกลงใจให้ผู้อื่นทำงานได้ดีที่สุด พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การให้ข้อมูลย้อนกลับอย่างถูกต้องแก่บุคคลอื่นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนช่วยให้ผู้อื่นเข้าใจถึงอุปสรรคขวางกั้นการเจริญเติบโตของเขา

5) สมรรถนะด้านของความเป็นผู้นำ (Leadership Competencies) เป็นสมรรถนะสำคัญเฉพาะที่ช่วยให้บุคคลนำผู้อื่นไปในทิศทางเดียวกันกับวัตถุประสงค์วิสัยทัศน์และภารกิจหลักประกอบด้วย

(5.1) ภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ (Visionary Leadership) เป็นสมรรถนะที่ผู้นำสร้างและสื่อสารภารกิจหลักขององค์กรที่มาจากแรงบันดาลใจ วิสัยทัศน์ ระบบ ค่านิยมได้ พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การอธิบายวิสัยทัศน์ และภารกิจหลักขององค์กรต่อคนอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรทำให้แน่ใจว่าแผนกลยุทธ์ขององค์กรและการปฏิบัติงานสอดคล้องกันกับวิสัยทัศน์และภารกิจหลัก

(5.2) การคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) เป็นสมรรถนะที่ผู้นำใช้ พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ ความเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรตนเอง ใช้ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมและตลาดเพื่อพัฒนาและบริหารกลยุทธ์ในระยะยาว

(5.3) ความสามารถในการให้ความสนใจในการประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ผู้นำจะค้นหาโอกาสของธุรกิจและคำนวณความเสี่ยงของธุรกิจเพื่อสร้างความเติบโตแก่องค์กร พฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การใช้ความรู้ด้านการตลาดผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรม เพื่อระบุโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ วิเคราะห์และประเมินอย่างถูกต้องในข้อดีและข้อเสีย และความเสี่ยงของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความคิดริเริ่มในธุรกิจใหม่นั้น

(5.4) การจัดการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ผู้นำจะต้องเป็นผู้สื่อสาร ผู้จูงใจ นักวิเคราะห์ และมีวิสัยทัศน์ สามารถระบุและประเมินได้อย่างถูกต้องในสถานการณ์อันประกอบด้วย การสนับสนุนขององค์ประกอบด้านวัฒนธรรม การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงและจัดหาทรัพยากรที่จัดอุปสรรคและลงมือปฏิบัติเสมือนเป็นผู้สนับสนุนการเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลง

(5.5) การสร้างความผูกพันต่อองค์กร (Building Organizational Commitment) เป็นสมรรถนะในการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวในองค์กร การสร้างความสัมพันธ์กับภารกิจหลัก วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ขององค์กร สร้างความซื่อสัตย์และความผูกพันต่อองค์กร พฤติกรรมที่สำคัญ คือ การแสดงออกและสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสุขสบายในองค์กรเข้าไปรับผิดชอบในการสร้างความซื่อสัตย์และความผูกพันภายในองค์กร

(5.6) การสร้างจุดรวม (Establishing Focus) ผู้บังคับบัญชาทำให้แน่ใจว่า ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติทิศทางของการทำงานเข้ากับวัตถุประสงค์ขององค์กร และการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมกับการติดต่อสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความสามารถนี้ เพราะพนักงานจะสามารถทำงานได้ดีขึ้นเมื่อเข้าใจบทบาทของตนเองและเข้าใจในความสัมพันธ์กับระบบองค์กรโดยภาพรวม พฤติกรรมที่สำคัญได้แก่ การช่วยให้พนักงานคนอื่น ๆ เข้าใจว่างานของเขามีความเกี่ยวเนื่องกับความสำเร็จขององค์กร ทำให้แน่ใจว่าทรัพยากรเวลาและความตั้งใจได้ถูกจัดสรรในสัดส่วนที่เหมาะสมต่อลำดับก่อนหลังหรือลำดับความสำคัญของธุรกิจ

(5.7) วัตถุประสงค์หลักและค่านิยม (Purpose, principle, and Values) ผู้บังคับบัญชาจะแสดงพฤติกรรมที่สำคัญอันได้แก่ การสนับสนุนพนักงานคนอื่น ๆ ให้ทำการตัดสินใจและปฏิบัติงานบนพื้นฐานของวัตถุประสงค์ หลักการและค่านิยมขององค์กร และใช้วัตถุประสงค์ หลักการ และค่านิยมในการอธิบายแรงจูงใจส่วนบุคคล และการตัดสินใจต่อผู้อื่น

คู่มือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (2557) ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดตัวแบบสมรรถนะ (Competency Model) ดังนี้

1. ตัวแบบสมรรถนะของบุคลากรกรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

สมรรถนะหลัก (Core Competency) หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะร่วมของข้าราชการกรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการหล่อหลอมค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ร่วมกัน โดยสมรรถนะหลักประกอบด้วย

- (1.1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์
- (1.2) บริการที่ดี
- (1.3) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ
- (1.4) การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม
- (1.5) การทำงานเป็นทีม
- (1.6) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร

สมรรถนะทางการบริหาร (Management Competency) หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะร่วมของตำแหน่งประเภทอำนวยการและประเภทบริหารของกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเป็นผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยสมรรถนะทางการบริหารประกอบด้วย

- (1.1) สภาวะผู้นำ
- (1.2) วิสัยทัศน์
- (1.3) การวางกลยุทธ์ภาครัฐ
- (1.4) ศักยภาพเพื่อนำการเปลี่ยนแปลง
- (1.5) การให้อำนาจแก่ผู้อื่น
- (1.6) การสอนงานและการมอบหมายงาน

สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะตามงานที่ปฏิบัติ ซึ่งกรณีนี้จะต้องจำแนกเป็นสมรรถนะประจำตามกลุ่มงานตามหน้าที่หลักของส่วนราชการในสังกัดกรมการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสมและมี

ประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถนำไปใช้ในการบริหารงานบุคคลได้ ตัวอย่างสมรรถนะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติของกลุ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มงานหลักของกรม อาจประกอบด้วย

- การคิดวิเคราะห์
- การสร้างสัมพันธภาพ
- การประสานงาน

ตัวอย่างความรู้และทักษะพื้นฐาน อาจประกอบด้วย

- ทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับข้าราชการ ทุกระดับ ดังนี้
 - (1) ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์
 - (2) ความสามารถด้านภาษาอังกฤษ
 - (3) ทักษะการบริหารจัดการฐานข้อมูลและการใช้ประโยชน์ข้อมูล
 - (4) ทักษะในการบริหารทรัพยากร

- ความรู้ที่จำเป็นในงาน

- (1) ความรู้ที่จำเป็นในงาน
- (2) ความรู้เรื่องกฎหมายและกฎระเบียบราชการที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน
- (3) ความรู้เรื่องสถานการณ์ภายนอก

สรุปว่า สมรรถนะจากแนวคิดของ McClelland (1973) ที่ได้จำแนกออกเป็น 5 ด้าน อันได้แก่ 1) ความรู้ (Knowledge) 2) ทักษะ (Skill) 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) 4) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (Trait) และ 5) แรงจูงใจ/เจตคติ/แรงขับภายใน (Motives) (กมลชนก เกียรติศักดิ์ชัย และ ชื่นชนก โควินท์, 2562) องค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน เป็นส่วนที่ทำให้เกิดสมรรถนะ โดยสมรรถนะจะแบ่งเป็นสมรรถนะขั้นพื้นฐานและสมรรถนะที่ทำให้บุคคลแตกต่างจากผู้อื่น สมรรถนะในด้านความรู้และทักษะนั้นสามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากการสื่อสาร ถ่ายทอด สำหรับองค์ประกอบในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ นั้นเป็นองค์ประกอบที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่อาจไม่ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ตามรูปแบบภูเขาน้ำแข็ง (The Iceberg Model) เป็นองค์ประกอบที่ผลักดันให้เกิดความรู้และทักษะเพื่อนำไปสู่สมรรถนะที่ต้องการโดยสมรรถนะที่พึงมีของผู้ปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ ตัวแบบสมรรถนะของบุคลากรกรมการท่องเที่ยวในคู่มือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (2557) ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ที่ได้กำหนดตัวแบบสมรรถนะ (Competency Model) นั้น ยังเป็นการวัดในส่วนของสมรรถนะหลักเป็นหลัก และยังมีการใช้สมรรถนะในแง่มุมที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกันในการศึกษาต่าง ๆ การศึกษานี้จึงมีแนวความคิดในการนำปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ และองค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้าไปเสริมเป็นข้อประเมินในแต่ละส่วนเพื่อประเมินบุคลากรถึงความสามารถและความเข้าใจในการทำงานของพื้นที่ท่องเที่ยวท้องถิ่นที่จะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

2.5 การประเมินสมรรถนะในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

จะเห็นได้จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นว่า แนวความคิดเกี่ยวกับการประเมินสมรรถนะ มีความแตกต่างกันไปตามแนวคิด และบริบทที่ทำการศึกษาและนำไปใช้ ทั้งนี้ เนื่องจากการการศึกษานี้ มุ่งศึกษาสมรรถนะของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ จึงมีความเกี่ยวข้องกับหลากหลายภาคส่วนที่มีความแตกต่างกันทั้งในแง่ของการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและในด้านความรู้ความสามารถที่จำเป็นพื้นฐานของส่วนงานนั้น ๆ การศึกษานี้ จึงทำการแบ่งการประเมินสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์โดยการอ้างอิงจากวรรณกรรมด้านสมรรถนะที่เกี่ยวข้องเป็นการประเมินสมรรถนะหลัก (Core Competency) และสมรรถนะในงาน (Functional Competency) ดังต่อไปนี้

2.5.1 สมรรถนะหลักเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะตัวสูง การวัดสมรรถนะหลักที่เกี่ยวกับบริบทนี้จึงมุ่งเน้นการวัดสมรรถนะที่เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ ในภาพรวมอันเกี่ยวข้องกับบริบทการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำข้อมูลจากวรรณกรรมด้านสมรรถนะมาจัดหมวดหมู่เพื่อความเหมาะสมได้ดังต่อไปนี้

1). ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Knowledge)

ความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของสมรรถนะที่ควรมีในการทำงานนั้น ๆ ให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในการวิจัยนี้ สมรรถนะด้านความรู้ ความเข้าใจเป็นการวัดความรู้ความเข้าใจในภาพรวมของผู้ทำแบบ

ประเมิน เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อวัดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างไร โอกาส และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับการเดินทาง ความรู้เกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

2). ทักษะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Managerial Skill)

ความสามารถในการบริหารจัดการเป็นสมรรถนะที่สำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ วรรณกรรมที่เกี่ยวกับสมรรถนะอาจมีการเรียกชื่อที่แตกต่างกันไป แต่มีการเน้นย้ำความสำคัญของทักษะในการบริหารจัดการในหลากหลายการศึกษา โดยสรุปแล้ว สมรรถนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะเน้นในส่วนหลัก ๆ คือ ความรู้ความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและสามารถนำไปใช้บริหารจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการทำงาน การวางแผน การบริหารงาน การสื่อสาร การสร้างความร่วมมือและภาวะผู้นำ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม ความสามารถในการบริหารจัดการงบประมาณและการเงิน ความสามารถในการตลาด และความสามารถในการวิเคราะห์และจัดการกับปัญหาต่าง ๆ (คู่มือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว, 2557; จีรพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์, 2563; Hanafiah and Zulkifly, 2019 : Spencer and Spencer, 1993) โดยการศึกษานี้จะนำตัวชี้วัดดังกล่าวมาใช้ในการบริบทของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์เพื่อประเมินสมรรถนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

3). ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม (Attitude)

ทัศนคติที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่อยู่ในตัวบุคคล อันจะเป็นตัวชี้วัดว่าบุคคลนั้น ๆ มีแนวโน้มที่จะกระทำหรือไม่กระทำในสิ่งใด ๆ ตามทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น ๆ ทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ทำอยู่จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการจะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทัศนคติในตัวบุคคล ทั้งในแง่ของการขับเคลื่อนการทำงานด้วยตนเอง และเพื่อให้ผู้นำสามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการทำงานให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น ในด้านการบริหารจัดการพื้นที่ในการท่องเที่ยวนั้น มีการกล่าวถึงทัศนคติของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ว่ามีผลกระทบต่อการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวและความมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ อันส่งผลต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (จีรพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์, 2563; Hanafiah and Zulkifly, 2019 : Spencer and Spencer, 1993; Wright, Jarratt and Halford, 2021)

การศึกษานี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ทำงานในภาคส่วนต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการใช้พื้นที่ ทัศนคติที่มีต่อนักท่องเที่ยววัฒนธรรม

นิยมเชิงสร้างสรรค์ ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ของชุมชน และโอกาสทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวรูปแบบนี้

4. คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Competency)

คุณลักษณะส่วนบุคคลเป็นสมรรถนะที่บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน และเป็นตัวชี้วัดถึงศักยภาพในการทำงานและกระทำการต่าง ๆ ของบุคคล คุณลักษณะส่วนบุคคลนี้ มีความครอบคลุมหลายปัจจัยและแง่มุม ตั้งแต่ด้านความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ความสนใจในการเรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน ความสามารถทางภาษา ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร การประสานงาน ไปจนถึงความทันสมัย สนใจความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และการมองเห็นโอกาสต่าง ๆ ซึ่งในการศึกษาด้านสมรรถนะส่วนบุคคลมีการพูดถึงทั้งในด้านทั่วไป ภาวะความเป็นผู้นำ และภาวะความเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย (คู่มือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว, 2557; จีรพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์, 2563; Hanafiah and Zulkifly, 2019 : Spencer and Spencer, 1993; Wright, Jarratt and Halford, 2021)

5. ความสามารถในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Networking Competency)

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเป็นสมรรถนะที่สำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยการมีเครือข่ายความร่วมมือที่ดีนั้น นอกจากจะทำให้การทำงานของแต่ละภาคส่วนมีความชัดเจน ลดความทับซ้อนในเนื้องานและความรับผิดชอบ และง่ายต่อการประสานงานแล้ว ความราบรื่นของงานยังส่งผลถึงประสบการณ์ที่ดีที่นักท่องเที่ยวจะได้จากการไปท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย (จีรพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์, 2563; Hanafiah and Zulkifly, 2019; Ritchie and Crouch, 2010)

การวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจึงเป็นหนึ่งในสมรรถนะหลักที่ควรมีการประเมิน โดยในการศึกษานี้จะประเมินสมรรถนะด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในด้านของความเข้าใจต่อความสำคัญของการสร้างเครือข่ายว่าการทำงานด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีเครือข่ายความร่วมมือด้านต่าง ๆ กับหน่วยงานอื่นหรือไม่ อย่างไร ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นทำให้ทำงานได้ง่ายขึ้น และการมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวในภาพรวมได้อย่างไร เป็นต้น

2.5.2 สมรรถนะในงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Functional Competency)

นอกเหนือจากสมรรถนะหลักซึ่งเป็นสิ่งที่ควรมีการประเมินในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว การจะดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อรับนักท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์นั้น ยังมีความจำเป็นต้องทำการประเมินสมรรถนะเกี่ยวกับการทำงานเฉพาะตัวของภาคีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ซึ่งการประเมินสมรรถนะของงานนั้น มีหลักการประเมินทั้งในภาพรวมเช่น ความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ วัตถุประสงค์ในการทำงาน การประเมินและสอนงาน การบริหารจัดการ ความสามารถเฉพาะทาง เป็นต้น แล้วยังมีรายละเอียดในด้านของการทำงานที่มีความแตกต่างออกไปในแต่ละภาคีที่มีความเฉพาะตัว ซึ่งเนื่องจากวรรณกรรมส่วนใหญ่ยังกล่าวถึงเพียงภาพรวม แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทำการวิจัยเชิงลึกถึงการประเมินในส่วนของการประเมินสมรรถนะที่จำเป็นของแต่ละภาคีในการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว การวิจัยนี้จึงจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป

แนวคิดเรื่องตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารงานที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งสามารถใช้ในการบริหารองค์การได้ทุกระดับ ตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพทำให้องค์กรสามารถทราบข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์การ ส่งผลเกิดความสำเร็จขององค์การได้ เพราะตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพและได้รับการพัฒนาตลอดเวลาทำให้องค์กรสามารถทราบถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาได้ทัน่วงที

ความหมายของตัวชี้วัด

Johnstone (1981) ได้ให้ความหมายไว้ว่าตัวชี้วัด หมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใช้วัดเพื่อให้ได้คุณลักษณะในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่แสดงถึงสถานภาพของคุณลักษณะในเชิงสรุปสอดคล้องกับ Hopkins & Others (1989) ให้ความหมายของตัวชี้วัดว่าเป็นสิ่งที่ใช้ในการวัดระดับของคุณลักษณะเพื่อให้สามารถวัดและตรวจสอบได้ เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ได้ง่ายขึ้น ตัวชี้วัดสามารถเป็นได้ทั้งปริมาณและคุณภาพ จิรัชญา พัดศรีเรือง (2555) ได้เสนอว่าตัวชี้วัดเป็นองค์ประกอบที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อใช้ศึกษาเฉพาะช่วงเวลาและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ แสดงออกมาได้ทั้งในรูปแบบของตัวเลขและปริมาณ ทั้งนี้วันเพ็ญ ผ่องกาย (2550) ได้ให้ความหมายของตัวชี้วัดว่าตัวแปรที่มีค่าแสดงถึงลักษณะหรือปริมาณของระบบต่าง ๆ ในส่วนใดส่วนหนึ่งของช่วงเวลาหนึ่งเพื่อสะท้อนให้เห็นสภาพการณ์ที่ต้องการศึกษา อย่างไรก็ตาม Burstein and Others (1992) ให้ความหมายของตัวชี้วัดว่าเป็นค่าสถิติที่แสดงให้เห็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานะคุณภาพหรือผลการปฏิบัติ อาจเป็นสถิติเฉพาะเรื่องหรือสถิติโดยรวมก็ได้ โดยในการศึกษานี้ ตัวชี้วัดหมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของคุณลักษณะ

ของผู้จัดการและผู้ปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง Johnstone (1981) เสนอว่าตัวชี้วัดนั้นสามารถใช้ในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสม สามารถใช้ในการกำกับระบบของการดำเนินงาน สามารถใช้ในการศึกษาเพื่อพัฒนาระบบและสามารถใช้ในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงาน

ประเภทของตัวชี้วัด

Johnstone (1981) ได้แบ่งประเภทของตัวชี้วัดออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนเป็นการเลือกตัวแปรที่สามารถใช้เป็นตัวแทนของตัวแปรที่ต้องการศึกษาสามารถใช้ในการศึกษา การบริหารและการวางแผน 2) ตัวชี้วัดเดี่ยว เป็นตัวชี้วัดที่นำมาแบ่งรายละเอียดให้ลึกลงไปเพื่ออธิบายตัวแปรหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง 3) ตัวชี้วัดผสมเป็นตัวชี้วัดที่อธิบายถึงสภาพโดยรวมของเรื่องที่ศึกษาสามารถใช้อธิบายคุณลักษณะได้ดีกว่าตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนและตัวชี้วัดเดี่ยว นอกจากนี้ สำนักแผนประกันคุณภาพ (2553) แบ่งประเภทของตัวชี้วัดเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ เป็นตัวชี้วัดที่ใช้ในสิ่งที่นับได้ มีลักษณะเชิงกายภาพ โดยมีหน่วยการวัด เช่น จำนวนร้อยละ ระยะเวลา เป็นต้น ตัวชี้วัดเชิงปริมาณที่ชี้วัดในสิ่งที่เป็นามธรรมเป็นการสร้างเครื่องมือวัดเพื่อใช้วัดสิ่งที่เป็นนามธรรมที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพที่ชัดเจนแต่สามารถวัดเป็นเชิงปริมาณได้ เช่น ความพึงพอใจ ระดับความเข้าใจ เป็นต้น ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพเป็นตัวชี้วัดที่ชี้วัดสิ่งที่ไม่มีความในเชิงปริมาณและอธิบายการวัดที่อิงกับเป้าหมายในเชิงพรรณนาการกำหนดตัวชี้วัดเชิงคุณภาพควรพิจารณาถึงค่าเป้าหมายควบคู่ไปด้วยกัน

คุณสมบัติของตัวชี้วัดที่ดี

ตัวชี้วัดที่ดีต้องมีความเป็นกลาง มีความน่าเชื่อถือ ตรงประเด็นตามเนื้อหาที่ต้องการวัดมีความเข้าใจชัดเจนเข้าใจง่าย สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจและบรรยายค่าของตัวชี้วัดได้อย่างชัดเจนและเชื่อมโยงกับเรื่องที่ศึกษา (อารักษ์ อินทร์พยุ, 2554) สอดคล้องกับศิริชัย กาญจนวาสี (2545) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของตัวชี้วัดที่ดีต้องมีความตรง คือ มีความตรงประเด็นและมีความเป็นตัวแทน ต้องมีความเที่ยง คือมีความเป็นปรนัย และมีความคลาดเคลื่อนต่ำ ต้องมีความเป็นกลาง ต้องมีความรวดเร็วในการแสดงถึงความแตกต่างระหว่างหน่วยวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจน ต้องมีความสะดวกในการนำไปใช้ คือสามารถเข้าใจง่ายและเก็บข้อมูลได้ง่าย นอกจากนี้ Johnstone (1981) ได้เสนอถึงลักษณะสำคัญของตัวชี้วัด 5 ประการ ได้แก่ 1) ตัวชี้วัดสามารถแสดงถึงข้อมูลการศึกษาในภาพกว้างสามารถนำมาใช้ในทางสังคมศาสตร์ได้อย่างแม่นยำไม่มากก็น้อย 2) ตัวชี้วัดมีลักษณะที่แตกต่างไปจากตัวแปรเนื่องจากตัวชี้วัดเป็นการรวมตัวแปรหลาย ๆ ตัวเข้าด้วยกันจนแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของตัวแปร

เหล่านั้น แต่ตัวแปรจะสะท้อนให้เห็นข้อมูลในด้านเดียวแบบเฉพาะเจาะจง 3) ตัวชี้วัดเป็นค่าชั่วคราวในช่วงเวลานั้น ๆ 5) ตัวชี้วัดเป็นหน่วยพื้นฐานในการพัฒนาทฤษฎี

การพัฒนาตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพ

การพัฒนาตัวชี้วัดนั้นสามารถพัฒนาได้ 3 วิธี ได้แก่ 1) การพัฒนาตัวชี้วัดจากตัวชี้วัดที่ได้จากการศึกษาหรือมีผู้เคยสร้างไว้แล้วเป็นข้อมูลทุติยภูมิ สามารถสร้างได้โดยการหาตัวแปรที่ได้ศึกษาและมีอยู่แล้วมาใช้หรือการนำเอาตัวแปรจากหลาย ๆ แหล่งข้อมูลมารวมกันโดยแต่ละตัวแปรนั้นต้องมีความสัมพันธ์ด้วย ซึ่งมีข้อเสียคือ การเลือกโดยดุลยพินิจของคณะผู้วิจัยเองทำให้เกิดการเอนเอียงในการให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละตัวชี้วัด 2) การสร้างตัวชี้วัดจากผู้เชี่ยวชาญเป็นการสร้างโดยการเก็บความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและรวบรวมความคิดและทฤษฎีนั้นมาให้ลำดับความสำคัญและสังเคราะห์ขึ้นเป็นตัวชี้วัด 3) การสร้างตัวชี้วัดโดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ นำวิธีการของการสร้างตัวชี้วัดจากผู้เชี่ยวชาญมาใช้เพื่อหาค่าความสำคัญและนำผลที่ได้มาจัดกลุ่มตัวชี้วัด โดยปัญหาความไม่เพียงพอของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ (Johnstone, 1981)

จากการศึกษาเรื่องตัวชี้วัด คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่าตัวชี้วัดเป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลที่ต้องการศึกษาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในเวลานั้น โดยตัวชี้วัดต้องมีความเที่ยงตรง แม่นยำ มีความเป็นกลาง มีความคลาเคลื่อนต่ำและเหมาะสมกับสถานการณ์ โดยสามารถพัฒนาตัวชี้วัดที่ได้จากการนำตัวชี้วัดที่มีอยู่แล้วมาพัฒนาเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สร้างตัวชี้วัดขึ้นมาใหม่จากผู้เชี่ยวชาญมาสร้างตัวชี้วัดจากการนำผลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาผลลัพธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภาพร จันทรฉายและคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพบัณฑิตระดับปริญญาตรี หลักสูตรอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและระดับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณลักษณะของบัณฑิต เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณภาพบัณฑิตให้มีคุณลักษณะสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้เป็นแบบสอบถามเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของบัณฑิต 6 ด้าน คือ 1) ทักษะ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ได้แก่ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย 2) ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความสามารถในการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารและความสามารถในการใช้อุปกรณ์ 3) ด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ จิตบริการ และกิจกรรมอาสา 4) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ได้แก่ ความซื่อสัตย์ และความตรงต่อเวลา 5) ด้านความรู้ ได้แก่ ความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่และความเข้าใจถึงขั้นตอนในการปฏิบัติงาน 6) ด้านทักษะทางปัญญา ได้แก่ การทำงานสำเร็จตามกำหนดและความสามารถในการทำงานด้วยตนเอง

ปวีณิตย์ มากแก้ว (2557) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาด้านความสามารถและทักษะในการทำงานด้านการบริการที่ดี ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงด้านความสามารถและทักษะในการทำงาน ด้านการบริการที่ดี ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลจากพนักงานระดับปฏิบัติการในพื้นที่เขตสาทร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผลการศึกษาพบว่าด้านความสามารถและทักษะในการทำงาน ได้แก่ การติดตามความรู้ใหม่ ๆ ในสาขาอาชีพของตน ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ความเชี่ยวชาญเชิงลึกและเชิงกว้าง ด้านการบริการที่ดี ได้แก่ การให้บริการด้วยความเต็มใจ การช่วยแก้ปัญหาให้ผู้รับบริการ การให้บริการเกินความคาดหวัง การให้บริการที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริง ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ได้แก่ การทำหน้าที่ของตนในทีมให้สำเร็จ ความร่วมมือในการทำงานกับผู้ร่วมงาน การสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ความสามารถในการนำทีมให้สำเร็จ

ชัยยง ชัยเจริญทวีกิจ และกฤษ จรินทร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะของผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะหลัก สมรรถนะทั่วไป สมรรถนะผู้จัดการ และแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะผู้จัดการของบริษัทธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เก็บข้อมูลจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาการท่องเที่ยว ผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเที่ยว และเจ้าหน้าที่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะหลักที่สำคัญ ได้แก่ รักและมีความภูมิใจในการทำงาน การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพกับเพื่อนร่วมงานและลูกค้า มีภาวะผู้นำและสามารถเป็นแบบอย่างให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้ และมีแรงบันดาลใจที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ สมรรถนะทั่วไปที่สำคัญ ได้แก่ การเข้าถึงและการใช้ข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษในการทำงานด้านการธุรกิจ การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางธุรกิจ และความสามารถในการดำเนินธุรกรรมทางการเงิน สมรรถนะ

ผู้จัดการที่สำคัญ ได้แก่ บทบาทในการนำและการจัดการบุคลากรสร้างโครงการฝึกอบรมและพัฒนาและจัดสรรทรัพยากรด้านการนำเที่ยว โดยมีแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะผู้จัดการของบริษัทที่สำคัญ ได้แก่ ด้านการเปลี่ยนแปลง ทักษะในการสื่อสาร ด้านการตลาด และด้านการประสานงาน

Neeraj & Rajib (2015) ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมของนวัตกรรม การสร้างการเรียนรู้ในตนเอง และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมของนวัตกรรม การสร้างการเรียนรู้ในตนเองและความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เก็บข้อมูลจากพนักงานและผู้จัดการที่ทำงานที่โรงแรมในประเทศอินเดียจำนวน 500 คน ผลการศึกษาพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบทางบวกต่อสภาพแวดล้อมของนวัตกรรม ประกอบกับสภาพแวดล้อมนวัตกรรมส่งผลกระทบทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน นอกจากนี้สภาพแวดล้อมของนวัตกรรมเป็นตัวแปรกลางระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ทั้งนี้การสร้างการเรียนรู้ในตนเองเป็นตัวแปรแทรกซ้อนระหว่างสภาพแวดล้อมของนวัตกรรมกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเห็นได้ว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรมองค์การโดยมีสภาพแวดล้อมของนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเป็นส่วนช่วยในการสร้างนวัตกรรมองค์การ เพื่อให้องค์การสามารถแข่งขันได้ในสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

มารดารัตน์ สุขสง่า (2554) ได้ศึกษาเรื่องขีดความสามารถหลักที่พึงประสงค์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์การชั้นนำในประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขีดความสามารถหลักของบุคลากรที่พึงประสงค์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์การชั้นนำในประเทศไทย รวมถึงการศึกษาแนวทางการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรบนพื้นฐานขีดความสามารถหลักของบุคลากร ใช้วิธีการศึกษาผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าขีดความสามารถหลักที่พึงประสงค์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์การชั้นนำในประเทศไทย บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) 10 ลำดับเรียงจากความสำคัญมากที่สุด 10 ลำดับ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ ความมุ่งมั่นเพื่อความสำเร็จ การคิดสิ่งใหม่ การคิดเชิงกลยุทธ์ ความสามารถในการปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใฝ่เรียนรู้ การเป็นผู้นำในทีมความสามารถในการใช้ภาษา ความมีจริยธรรม และคตินอกกรอบ

เกษมศักดิ์ สิงห์เดช (2551) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาใบกำหนดหน้าที่งานตามหลักสมรรถนะของสายงานบุคลากรกรมราชทัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดความสามารถเชิงสมรรถนะของบุคลากร ระดับ 3-5 และ 6 ว สังกัดกองการเจ้าหน้าที่กรมราชทัณฑ์ เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของตัวบ่งชี้ที่พัฒนาขึ้น โดยใช้วิธีการกำหนดรูปแบบความสามารถเชิงสมรรถนะ เก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่กรมราชทัณฑ์ คณะทำงานบริหารคุณภาพของการพัฒนาตัวชี้วัด ผู้เชี่ยวชาญและข้าราชการที่ดำรงตำแหน่งในสายงานบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า มีตัวชี้วัดที่ใช้ในการสร้างใบกำหนดหน้าที่งานทั้งหมด 10 ด้าน ได้แก่ 1) งานพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้าง 2) งานให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการบริหารงานบุคคล 3) งานบริหารค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น 4) งานสรรหา 5) งานประเมินผลการปฏิบัติงาน 6) งานควบคุมและรักษายอดราชการ 7) เจ้าหน้าที่สัมพันธ์ 8) งานประมวลผลและสารสนเทศ 9) งานควบคุมข้อมูลรายบุคคล และ 10) งานส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร

Puteh & Others (2016) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะหลักของพนักงานและความเป็นเลิศขององค์กร: การวิเคราะห์การสื่อความหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักที่จำเป็นของพนักงานมืออาชีพในอุตสาหกรรมบริการประเทศมาเลเซีย เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากกรรมการและผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของภาคส่วนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมบริการประเทศมาเลเซียจำนวน 15 คน ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะหลักสำคัญที่จำเป็นต่อพนักงานมี 4 สมรรถนะ คือสมรรถนะในการทำงาน สมรรถนะด้านการสื่อสาร สมรรถนะด้านภาวะผู้นำ และสมรรถนะด้านความรู้ความเข้าใจ สมรรถนะเหล่านี้เป็นสมรรถนะที่มีความสำคัญอย่างสูงที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ เป็นสมรรถนะหลักที่ทุกตำแหน่งงานจำเป็นต้องมีโดยพนักงานที่มีสมรรถนะเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับองค์กร ดังนั้นผู้บริหารควรพัฒนาให้พนักงานมีสมรรถนะหลักเหล่านี้ให้มียู่ในตัวพนักงานเพื่อให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ได้ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและสมรรถนะเหล่านี้ยังเป็นหลักสำคัญที่ใช้ให้ประเมินพนักงานและพัฒนาพนักงานได้ตรงสมรรถนะที่พนักงานควรมี

ประมา ศาสตระรุจิ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเกณฑ์สมรรถนะในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างเกณฑ์สมรรถนะในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน 2) สร้างคู่มือการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยอิงเกณฑ์สมรรถนะ และ 3) ตรวจสอบความเป็นไปได้ในการนำคู่มือไปใช้จริง เก็บข้อมูลจากผู้บริหารศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาระดับหัวหน้า และผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า เกณฑ์สมรรถนะในการประเมินผลการปฏิบัติงานประกอบไปด้วย 8 สมรรถนะหลัก คือ 1) การมุ่ง

ผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) 2) การบริการที่ดี (Service Mind) 3) การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Expertise) 4) คุณธรรมและจริยธรรม (Integrity) 5) ความร่วมแรงร่วมใจ (Teamwork) 6) ความเข้าใจองค์กร (Organizational Awareness) 7) การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) และ 8) มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations) และคู่มือมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าสมรรถนะที่สำคัญที่สุดในการประเมินบุคคล ได้แก่ จริยธรรม การบริหารการเปลี่ยนแปลง การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพตามลำดับ

Nekrasova & Baeva (2015) ได้ศึกษาเรื่องแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรตามปัจจัยของการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของแรงงาน มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายรายละเอียดของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรบนพื้นฐานของการประเมินพนักงานโดยสังเคราะห์จากทฤษฎีของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้นักศึกษา ผู้จัดการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ นำไปใช้ในการพัฒนาผลการปฏิบัติงานทั้งของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชา ผลการศึกษาพบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพต้องอยู่บนพื้นฐานของการให้คำแนะนำและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง โดยต้องประยุกต์ใช้วิธีการแบบดั้งเดิมให้เข้ากับสถานการณ์และบริบทขององค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ในการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการพัฒนาของผลการปฏิบัติงานของแรงงาน ความเป็นมืออาชีพในการทำงานเป็นทีม และต้องสร้างการแข่งขันขึ้นในกลุ่มพนักงานเพื่อให้เกิดการแข่งขันให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังต้องมีการจัดการความขัดแย้งที่ดีในกลุ่มของพนักงานด้วย

Nouri et al. (2015) ได้ศึกษาเรื่องบริบททางสังคม: ภูมูจสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเพิ่มหรือลดของวัฒนธรรมความคิดสร้างสรรค์ เก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีในอเมริกากับจีน ผลการศึกษาพบว่า ระดับของความคิดริเริ่มที่สร้างโดยชาวจีนที่ทำงานคนเดียวภายใต้ผู้บังคับบัญชามีต่ำกว่าทำงานเป็นทีม และบริบทนี้ไม่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของชาวอเมริกา ชาวจีนที่ทำงานคนเดียวภายใต้ผู้บังคับบัญชาได้ผลงานไม่แตกต่างจากการทำงานเพียงคนเดียว ชาวอเมริกาที่ทำงานร่วมกับคนรอบข้างจะมีคื่องตัวน้อยกว่าการทำงานคนเดียว นอกจากนี้การทำงานภายใต้ผู้บังคับบัญชาของจีนและอเมริกายังไม่มีความแตกต่างกันโดยผู้บังคับบัญชาของจีนจะเน้นการสั่งการตามบรรทัดฐานไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นมากนัก แต่ผู้บังคับบัญชาของอเมริกาอนุญาตให้แสดงความคิดเห็นและยอมรับความคิดเห็นนั้น ๆ

Gallie et al. (2012) ได้ศึกษาเรื่องการทำงานเป็นทีมพัฒนาฝีมือแรงงานและสวัสดิการของพนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความแม่นยำของการทดสอบความรู้ ทักษะ และความสามารถของการทำงานเป็นทีม ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยรวมการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์แบบคู่ขนาน ผลการศึกษาพบว่า การทดสอบความรู้ ทักษะและความสามารถของการทำงานเป็นทีมที่เคยใช้ในอดีตที่ผ่านมา มีความน่าเชื่อถือไม่เพียงพอต่อการทดสอบ โดยสิ่งที่สำคัญสำหรับการทดสอบความรู้ ทักษะ และความสามารถของการทำงานเป็นทีมเพื่อใช้ในการคัดเลือก เลื่อนตำแหน่งงาน และพัฒนาพนักงาน โดยมีคุณสมบัติต่าง ๆ ที่ใช้ในการทดสอบได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง การสื่อสาร การทำงานและการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน การจัดการตนเอง การตั้งเป้าหมายและการจัดการประสิทธิภาพ การวางแผนและการประสานงาน ภาพรวมของการทำงานเป็นทีม และผลการปฏิบัติงาน

Khan (2008) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอินเดีย กรณีศึกษาบริษัทแอร์อินเดียที่กรุงนิวเดลี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความสามารถของกำลังคนผ่านการเรียนรู้และผลการปฏิบัติงานเป็นรายบุคคล กระบวนการและระดับองค์การ โดยการนำกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นระบบอย่างดีเข้าไปดำเนินการในพื้นที่การทำงานที่กำหนด โดยเน้นในเรื่องของความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ที่ทำให้คุณภาพการทำงานในภาพรวมเกิดการพัฒนา ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีอยู่ด้วยกันหลายประการ เช่น การขาดแคลนกำลังคนที่มีทักษะความชำนาญ การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม และขาดผู้ฝึกอบรมที่มีทักษะและความชำนาญ สภาพการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการขาดยุทธศาสตร์และนโยบายที่เหมาะสมในการพัฒนากำลังคนด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์ของมนุษย์ เป็นประสบการณ์ทางสังคมเป็นปรากฏการณ์ทางภูมิศาสตร์ เป็นมูลค่าของทรัพยากรและเป็นธุรกิจที่ถือเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมของคนสมัยใหม่ที่มีผลกระทบสำคัญในเรื่องของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและการจ้างงานโดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลและล้าหลังที่เป็นที่รู้จักกันดีอย่างแพร่หลาย ทุกวันนี้ทั่วโลกยอมรับว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและการจ้างงานและมีการลงทุนเพิ่มในอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปองค์ประกอบได้ดังตาราง 2.1 ดังนี้

ตาราง 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับคุณลักษณะที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ	การจัดการ	การจัดการความ	การสื่อสาร	การทำงานเป็น	ภาษาต่างประเทศ	ความคิด	เป้าหมายในการ	มีความรับผิดชอบ	มีความซื่อสัตย์
นภาพร จันทรฉายและคณะ (2558)			✓	✓				✓	✓
ปวีณิตย์ มากแก้ว (2557)				✓				✓	
ชัยยง ชัยเจริญทวีกิจและกฤษ จรินทร์โท (2558)	✓		✓		✓	✓			
Neeraj & Rajib (2015)						✓			
มารดารัตน์ สุขสง่า (2554)						✓	✓	✓	✓
Puteh et al. (2016)			✓	✓					
ประมา ศาสตรระจุ (2550)			✓	✓					
Nekrasova & Baeva (2015)			✓	✓					
Nouri et al. (2015)						✓			
Gallie et al. (2012)			✓	✓					

นอกจากนี้แล้ว เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมนั้น จะต้องมีการดำเนินการที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ โปร่งใส ประหยัด และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม และต้องเป็นการบริหารจัดการที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้ที่มีอำนาจในการจัดการ รวมไปถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (มนัส สุวรรณและคณะ, 2543) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชูลีรัตน์ จันทรเชื้อ (2551) พบว่าสมรรถนะการจัดการการท่องเที่ยวที่ชุมชนจำเป็นต้องฝึกอบรมเพื่อให้สามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องและประสบผลสำเร็จ ได้แก่ สมรรถนะในการประสานงานและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สมรรถนะในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและปฏิบัติตามแผน ที่มีผลกระทบด้านลบน้อยที่สุดและสมรรถนะในการบริการนักท่องเที่ยว โดย Adhikary (1995) ได้นำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบ

7-s Model ที่ดัดแปลงมาจาก 7-S Framework ของ McKinney และจะนำมาปรับใช้ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1. Strategy หมายถึง กลยุทธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความผสมกลมกลืนกันระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุมและขอบเขตของกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ โดยเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วยกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ และต้องเป็นไปตามนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วย

2. Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์กรซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับขั้นและแบ่งหน้าที่ที่เหมาะสม เพราะมีโครงสร้างที่ดีที่เป็นกุญแจสำคัญนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคม ดังนั้นการมีโครงสร้างที่ดี และเป็นรูปธรรมก็สามารถทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม รูปแบบ RASI ที่ประกอบไปด้วย ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information) เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมก็คล้ายกับธุรกิจอื่น ๆ ที่จะต้องมีผู้ที่มีอำนาจคอยควบคุมดูแลแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไปตามลำดับ มีผู้นำการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยวในเรื่องต่าง ๆ และหน้าที่สำคัญคือทำให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

3. System หมายถึง ระบบในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ที่มีความหมายครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบในการดำเนินงาน การปฏิบัติการ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่น ๆ ด้วย โดยทุกระบบจะต้องมีการประสานความร่วมมือกันและความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4. Staff หมายถึง บุคลากรหรือผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินการต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งจะต้องพิจารณาคัดสรรอย่างรอบคอบ และมีความผูกพันกับงานที่ได้รับมอบด้วยความเต็มใจ จริงใจ และซื่อสัตย์ในการบริการ

5. Skill หมายถึง ทักษะ ความชำนาญในการทำงานซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิภาพของงานโดยประกอบไปด้วยปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติต่องาน ความรู้เป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการที่จะทำให้การทำงานต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะเป็นความรู้ที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการซึ่งได้มาจากประสบการณ์ใน

การทำงาน ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ จึงควรมีทั้งความรู้ และทักษะในงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาคด้วย ซึ่งหากบุคลากรมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น คุณภาพ และประสิทธิภาพจากการปฏิบัติงานของบุคลากรจะเพิ่มขึ้นตามคุณลักษณะของงานและสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พงศ์ หรดาล, 2540; ชูลีพร จินณธนพงษ์, 2554; สายแก้ว จ้าวเจริญ, 2559)

6. Style หมายถึง รูปแบบในการดำเนินงาน ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการผสมผสานกันระหว่าง Staff และ Skill เนื่องมาจากแต่ละบุคคลมีรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยปกติจะแบ่งออกเป็นสองกลุ่มคือ Top-Down Style (จากบนลงล่าง) และ Bottom-Up Style (จากล่างสู่บน)

7. Share หมายถึง การแบ่งปัน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น ความรู้ ซึ่งนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ที่ดีที่สุด รวมถึงการสร้างค่านิยมร่วมกันในการทำงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความหมายของคำว่า การทำงานเป็นทีม ดังที่ สิริราณี วสุภัทร (2551:67) ว่าหมายถึงการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน เสริมแรง

การพิจารณาการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายนั้นจำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

สำหรับระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้ 3 ระบบ ดังนี้คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่อาจปรากฏหรือมีการกล่าวถึงในฉากในภาพยนตร์หรือละคร ส่วนใหญ่จะหมายถึง สภาพทางกายภาพของทรัพยากรซึ่งอาจจัดเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการในการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงรูปแบบ หรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมนั้นมีองค์ประกอบย่อยมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นระบบนิเวศ ป่าไม้ แหล่งน้ำ และอากาศ ตลอดจนการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ

สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (สคช.) เป็นหน่วยงานภาครัฐภายใต้การกำกับของสำนักงานรัฐมนตรี มีหน้าที่หลักในการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาระบบคุณวุฒิวิชาชีพ จัดทำมาตรฐานอาชีพโดยกลุ่มคนในอาชีพ และให้การรับรองสมรรถนะเพื่อย้ำความเป็นมืออาชีพที่เป็นไปตามมาตรฐานกำหนด โดยมีจุดประสงค์ในการสร้างโอกาสความก้าวหน้าในการทำงานตามแนวทางที่เป็นสากล รวมถึงการขับเคลื่อนการพัฒนากำลังคนของประเทศพร้อมต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (สคช., 2564)

สำหรับสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นั้น ทาง สคช. ระบุว่า มีคุณวุฒิวิชาชีพทั้งหมด 187 คุณวุฒิ และแต่ละคุณวุฒิจะมีระดับที่แตกต่างกันไปตั้งแต่ระดับ 1 ถึงระดับ 8 ซึ่งตามคุณวุฒิดังกล่าว มีคุณวุฒิวิชาชีพใกล้เคียงที่พอจะใช้เป็นพื้นฐานของการศึกษาในครั้งนี้ได้ ได้แก่ อาชีพนักการตลาดการท่องเที่ยวท้องถิ่น 4 คุณวุฒิวิชาชีพ อาชีพนักเล่าเรื่องท้องถิ่น 6 คุณวุฒิวิชาชีพ และอาชีพนักออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น 4 คุณวุฒิวิชาชีพ อันจะได้นำมาเป็นต้นแบบเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปางต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้นพบว่า การที่บุคลากรหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปางนั้น บุคลากรจำเป็นต้องมีสมรรถนะ 2 ด้าน ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก (Core Competency) และ 2) สมรรถนะรองหรือ

สมรรถนะตามหน้าที่ (Functional Competency) ซึ่งสมรรถนะในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 1) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Knowledge) 2) ทักษะเกี่ยวกับการจัดการ (Management) 3) คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Competency) 4) ทศนคติ (Attitudes) และ 5) ความสามารถในการสร้างเครือข่าย (Networking)

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวชี้วัด และประเมินสมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง มีวิธีดำเนินการดังนี้

1) การพัฒนาตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ประกอบด้วยการดำเนินการ 2 ระยะ ดังนี้

1.1 การสร้างกรอบแนวคิดและร่างตัวชี้วัดสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

1.2 การพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

2) การประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

2.1 การสร้างร่างและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง การวิจัยในขั้นนี้ มีรายละเอียดการดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างกรอบแนวคิด ร่างตัวชี้วัดและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

วิธีดำเนินการ มีการดำเนินงาน 2 ระยะ คือ การสร้างกรอบแนวคิดและร่างตัวชี้วัดและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

รายละเอียดในการดำเนินงานแต่ละระยะมีดังต่อไปนี้

การสร้างกรอบแนวความคิดและร่างตัวชี้วัดและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

1) วัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดองค์ประกอบเพื่อสร้างกรอบแนวคิดตัวชี้วัดการร่างตัวชี้วัดและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

2) วิธีดำเนินการ คณะผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการกำหนดองค์ประกอบเพื่อสร้างกรอบแนวคิดตัวชี้วัดและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง ดังต่อไปนี้

(1) การทบทวนวรรณกรรม โดยการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี คู่มือ ตัวชี้วัดมาตรฐานการท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(2) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยคณะผู้วิจัยจะจัดประชุมผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ซึ่งผู้แทนจากหน่วยงานดังกล่าวเป็นผู้ที่ทำการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ต่างประเทศและละครไทย ซึ่งได้รับผลกระทบจากนักท่องเที่ยว เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัยจะเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องให้กลุ่มตัวอย่างเพื่อรวบรวมความคิดเห็นเพื่อนำไปจัดทำร่างตัวชี้วัดต่อไป โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น ไว้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างการวิจัย	จำนวน (คน)
ผู้บริหารหน่วยงานเกี่ยวเนื่องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนท้องถิ่นกลุ่มวัฒนธรรมล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง	10
ผู้บริหารองค์กรเอกชนที่สนับสนุนการท่องเที่ยว (อาทิ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หอการค้าจังหวัด ฯลฯ)	10

บุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นักวิชาการ	20
รวม	40 (คน)

โดยกลุ่มตัวอย่างในการประชุมครั้งนี้ จะคัดเลือกมาจากแนวคิดเรื่องภาคเครือข่ายและประชาชน ซึ่งในที่นี้จะประกอบไปด้วย

1) ภาครัฐส่วนกลาง หมายถึง หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ดำเนินการและบริหาร เพื่อสนองความต้องการของประชาชน ทั้งนี้ มีส่วนราชการที่สังกัดอยู่กับสำนักนายกรัฐมนตรี เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข และส่วนราชการที่ไม่สังกัดอยู่กับสำนักนายกรัฐมนตรี เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารและการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ภาครัฐส่วนท้องถิ่น หมายถึง หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการ พัฒนา และการจัดการบริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยเป็นรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)

3) ภาคเอกชน หมายถึง หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ ประกอบธุรกิจเพื่อผลกำไร เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขายของที่ระลึก เป็นต้น

4) ภาคประชาคม หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่รวมตัวกันโดยที่ไม่ใช่ภาครัฐหรือภาคเอกชน แต่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีวัตถุประสงค์และอุดมคติในเรื่องเดียวกัน เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภาคเหนือ สมาคมมัคคุเทศก์ภาคเหนือ เป็นต้น

(3) การจัดทำร่างตัวชี้วัด คณะผู้วิจัยกำหนดร่างตัวชี้วัดสมรรถนะการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุม กำหนดเป็นร่างตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยใช้ประเด็นคำถามในการนำเสนอกรอบแนวคิดต่อที่ประชุมว่าเป็นเหตุเป็นผล กรอบแนวคิดระบุประเด็นวิจัยหรือตัวแปรได้ครบหรือไม่ และกรอบแนวคิดประกอบด้วย

แนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเหมาะสมกับเรื่องที่จะวิจัย ครอบคลุมประเด็นสำคัญหรือไม่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยหรือไม่

4) การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการประชุม แล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อปรับปรุงกรอบแนวคิดการพัฒนาตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ต่อไป

การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

1) วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

2) วิธีดำเนินการ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการ 2 กิจกรรม คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ดังนี้

(1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) เป็นวิธีการหนึ่งของการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถหาข้อมูล รายละเอียด ในเรื่องที่ต้องการศึกษาได้มากกว่าการสังเกตหรือใช้แบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่ค่อนข้างเที่ยงตรง ถูกต้อง แม่นยำ และเป็นการสื่อความหมายแบบสองฝ่าย (two-way communication) ในการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ คณะผู้วิจัยจะกำหนดประเด็นไว้ล่วงหน้า

วัตถุประสงค์ พัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

วิธีดำเนินการ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการ โดยพิจารณาคัดเลือกจากผู้ที่มีคุณสมบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง จังหวัดละ 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยจะใช้แนวทางประเด็นปัญหาในการสัมภาษณ์และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interviews) และการบันทึกเสียง

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับอาจมีลักษณะเป็นข้อความบรรยายที่ได้จากการจดบันทึกและการบันทึกเสียง เพื่อนำไปพัฒนาเป็นข้อมูลในการ

จัดทำตัวชี้วัดเพื่อนำไปประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง ต่อไป

(2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) หรือการจัดสนทนากลุ่ม เป็นวิธีหนึ่งในการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

3.1 วิธีดำเนินการ

คณะผู้วิจัยจะดำเนินการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ และมีประสบการณ์มาให้ข้อมูล โดยใช้ตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ซึ่งเกณฑ์ที่เหมาะสมของการประชุมกลุ่มย่อย ตามที่ ภาณี วงษ์เอก (2548) กล่าวว่า การคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าร่วมการสนทนากลุ่มหรือประชุมกลุ่มย่อย ควรอยู่ในระหว่าง 6 – 12 คน เมื่อการประชุมเสร็จสิ้น คณะผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสรุปและนำไปประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการกำหนดตัวชี้วัดในการสำหรับประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย รวมถึงเครื่องบันทึกเสียง

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และทำการสังเคราะห์จากเอกสารและการสรุปการประชุม กำหนดเป็นตัวชี้วัดในการสำหรับประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

เมื่อพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปางแล้ว คณะผู้วิจัยจะดำเนินการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง มีรายละเอียดในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์
ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

วิธีการดำเนินการวิจัย คณะผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อสอบถามความคิดเห็นเพื่อเป็นการ
ทดสอบสมรรถนะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยว
วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูล
สรุป และอภิปรายผลต่อไป

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยในระยะนี้ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้ซึ่งมีความสนใจในตำแหน่งงานดังกล่าว ที่กำลังศึกษาหรือเพิ่งสำเร็จการศึกษาในคณะและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะรัฐศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ และ คณะมนุษยศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละตำแหน่งงาน สุ่มจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 400 คน รวมทั้งสิ้น 1,200 คน ตามตำแหน่งงานต่อไปนี้ (1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร (3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

ทั้งนี้การได้มาซึ่งประชากรและความต้องการในตำแหน่งงานข้างต้น เป็นเสียงสะท้อนจากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่คณะผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย

2) กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากยังไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549, หน้า 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

โดย n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่คณะผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่คณะผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.5)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่อย่างไรก็ตาม หากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเพียงพอมีจำนวนไม่ครบตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ทางผู้วิจัยจะกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane เพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยมีความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 222 กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามที่ใช้ในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นจากตัวชี้วัดที่ผ่านการพัฒนาแล้ว โดยนำไปหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำตัวชี้วัดที่พัฒนาแล้ว มาจัดทำเป็นแบบสอบถามเพื่อนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยแต่ละข้อคำถามนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิจะแสดงความคิดเห็นว่าตัวชี้วัดดังกล่าวมีความเหมาะสมอย่างไรในการเป็นตัวชี้วัดการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ที่ดี โดยให้เลือกจาก 3 ประเด็นคือ 1) เห็นด้วย 2) ไม่แน่ใจ และ 3) ไม่เห็นด้วย นอกจากนี้ในแต่ละข้อยังเปิดโอกาสให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้แสดงความคิดเห็นในกรณีที่ไม่เห็นด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ค่า IOC จากการกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ที่ดี

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ที่ดี

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่ใช่วัดชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ที่ดี

หากผลดำเนินการในการหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ทุกตัวมีค่ามากกว่า .50 จะถือว่าดัชนีตัวนั้นใช้ได้ และนำไปสำรวจต่อไป

สำหรับคำถามแบบปลายปิดที่ใช้ในการประเมินศักยภาพ (สมรรถนะ) ของบุคลากรในการจัดการ การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง นั้น มาจาก ตัวชี้วัดที่ทางคณะผู้วิจัยได้พัฒนาแล้ว โดยมีมาตราส่วนแบบมาตรวัด Likert (Likert Scale) ซึ่งแบ่งมาตรวัด ออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนคือ การคำนวณหา อันตรภาคชั้น เพื่อแปลผลคะแนนในแต่ละช่วง

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ทั้งนี้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}$$

จำนวนชั้น

$$= (5-1) / 5 = 0.80$$

ดังนั้น จึงมากำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มีศักยภาพมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง มีศักยภาพมาก

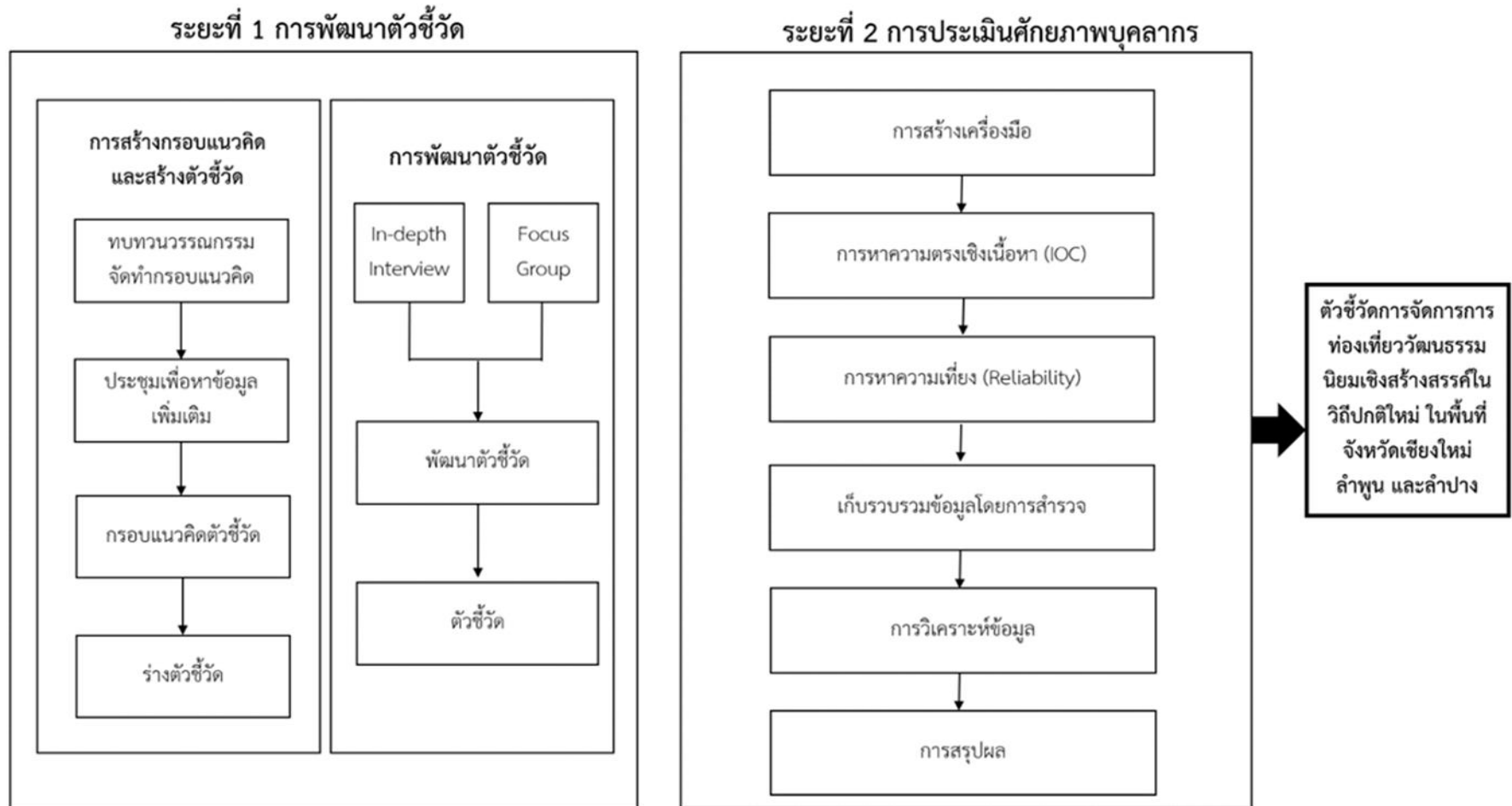
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง มีศักยภาพปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง มีศักยภาพน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง มีศักยภาพน้อยที่สุด

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการทดลองเก็บแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมทางสถิติ ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ทั้งนี้การหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.96 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดีมากหมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจะแปลผลจากการสำรวจโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณสถิติและนำมาบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการสรุปผล เพื่อนำเสนอผลการประเมินศักยภาพของแรงงานในอนาคตตามสมรรถนะของตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง หรือแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะหรือศักยภาพของบุคลากรต่อไป



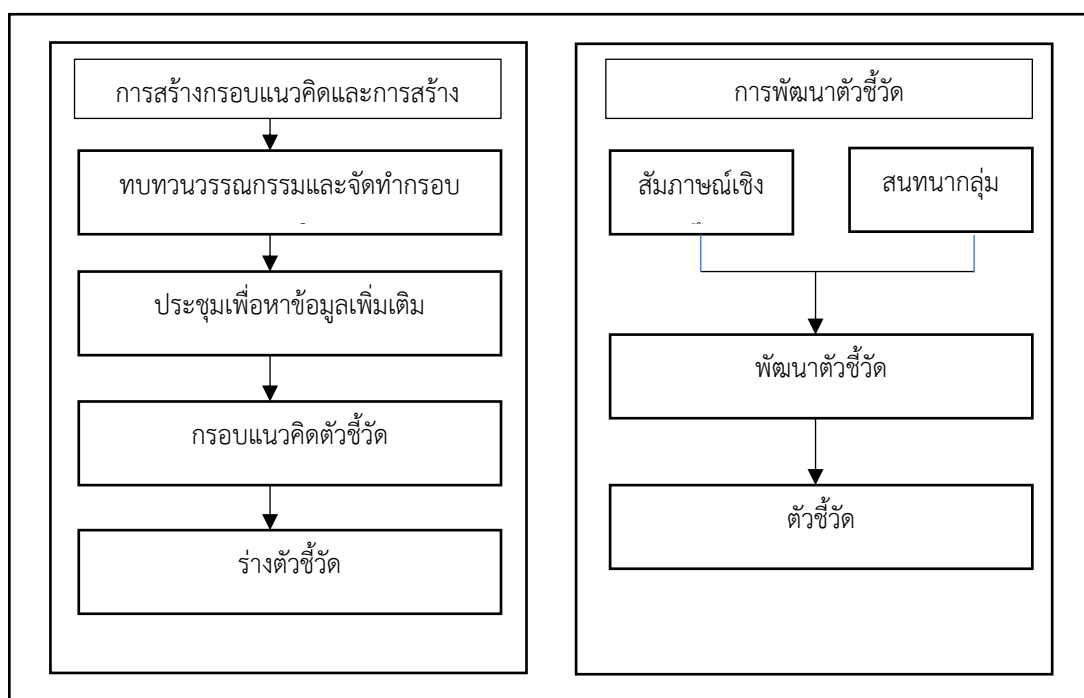
ภาพ 3 - 1 ขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง” นั้น มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง 2) เพื่อทราบสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกตามวัตถุประสงค์ทั้งสองวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิจัยนี้แบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ 1) การพัฒนาตัวชี้วัด และ 2) การประเมินศักยภาพ (สมรรถนะ) บุคลากร โดยระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพ 4.1 แสดงขั้นตอนการวิจัยในระยะที่ 1

หลังจากการทบทวนวรรณกรรมและการสร้างแบบร่างตัวชี้วัดแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาตัวชี้วัดของสมรรถนะของบุคลากรที่ผู้ใช้แรงงานในอนาคต หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ อันได้แก่ 1) ภาครัฐส่วนกลาง 2) ภาครัฐส่วนท้องถิ่น 3) ภาคเอกชน 4) ภาคประชาคม และ 5) ภาคประชาชน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการหาสมรรถนะที่คาดหวังของผู้ใช้แรงงาน

โดยองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ควรมีอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) องค์ประกอบของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์
- 2) องค์ประกอบของศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์
- 3) องค์ประกอบของการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

1. องค์ประกอบของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มี 2 องค์ประกอบย่อยได้แก่ (1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และ (2) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. องค์ประกอบของศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มี 2 องค์ประกอบย่อยได้แก่ (1) ศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และ (2) ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภายนอก

3. องค์ประกอบของการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

(1) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยว

(2) ด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก ซึ่งหน้าที่และความรับผิดชอบ อาจเป็นขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ ที่จะดำเนินการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

(3) ด้านการจัดการเศรษฐกิจและสังคม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความสามารถในการสร้างความมีส่วนร่วมในชุมชนหรือไม่ มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนในการคิดและพิจารณาตัดสินใจ ดำเนินการร่วมกัน และรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชน อีกทั้ง มีการกระจายรายได้ หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น ซึ่งจะได้อธิบายในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1: เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

4.1 ผลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Results)

คณะผู้วิจัยได้ทดลองทำการสนทนากลุ่มสำหรับผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ครั้งที่ 1 เพื่อสำรวจหาสมรรถนะเบื้องต้นที่ผู้จัดการหรือผู้ปฏิบัติการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่ ฯ ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นและรายชื่อติดต่อของผู้ที่สามารถเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามหาสมรรถนะที่จำเป็น ของภาคีเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 12 ตุลาคม 2564 จังหวัดลำพูน วันที่ 14 ตุลาคม 2564 และจังหวัดลำปาง วันที่ 23 พฤศจิกายน 2564

โดยมีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. ท่านเห็นว่าสมรรถนะที่สำคัญสำหรับบุคลากรที่ทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง
2. ท่านเห็นว่าสมรรถนะด้านความรู้ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรที่ทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง
3. ท่านเห็นว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลที่จำเป็นที่บุคลากรที่ทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ต้องมี อะไรบ้าง และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สำคัญที่สุดได้แก่คุณลักษณะใด
4. ท่านเห็นว่าทัศนคติที่สำคัญต่อบุคลากรที่ทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ได้แก่ทัศนคติใด
5. ท่านเห็นว่าสมรรถนะทางด้านการบริหารจัดการที่จำเป็นที่บุคลากรที่ทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ควรมีได้แก่อะไรบ้าง

6. สมรณะอื่น ๆ ที่จำเป็นที่บุคลากรที่ทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์
ควรมี

ภาคีเครือข่าย (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จังหวัดเชียงใหม่ จัดที่โรงแรมรัตนานา วันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2564

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงาน
1	คุณพิชิตชัย เกลอุดู	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่
2	คุณผ่องพรรณ ศิริวัฒนาวงศา	สำนักงาน ททท. เชียงใหม่
3	คุณพวงผกา พรหมมา	เทศบาลตำบลหนองควาย
4	คุณลัษณา ศรีหังส์	เครือข่ายเขียว สวย หอม
5	คุณวัลลภ นามวงศ์พรหม	สภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่
6	คุณเสาวคนธ์ ศรีบุญเรือง	เครือข่ายชุมชนเมืองรักษ์เชียงใหม่
7	รศ.ดร.วรลัญจก์ บุญยสุรัตน์	โครงการขับเคลื่อนเมืองเชียงใหม่สู่เมืองมรดกโลก
8	คุณกชกร โชนงนุช	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
9	คุณละเอียด บึงศรีทอง	สมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ
10	คุณอนันต์ธรรณ์ โหจิณรัตน์	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
11	นายธนกฤษ เวียงแก้ว	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
12	คุณสมศักดิ์ อิทนชัย	ชมรมกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ต.หนองควาย
13	คุณวชิระ สีสันทร์	ชมรมกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ต.หนองควาย
14	นายอนรรฆ พรหมแจ้ง	ผู้กำกับหนัง อีสระ

ตาราง 4.1 แสดงรายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มของภาคีเครือข่ายจังหวัดเชียงใหม่

โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มในกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่ที่มาจากภาครัฐส่วนกลาง (สำนักวัฒนธรรมเชียงใหม่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่) จำนวน 2 คน มาจากภาครัฐส่วนท้องถิ่น (เทศบาลตำบลหนองควาย สภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่) จำนวน 2 คน จากภาคเอกชน (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่) จำนวน 4 คน ภาคประชาคม (เครือข่ายเขียว สวย หอม เครือข่ายชุมชนเมืองรักษ์เชียงใหม่ โครงการขับเคลื่อนเมืองเชียงใหม่สู่เมืองมรดกโลก) จำนวน 3 คน ภาคประชาชน (ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ) จำนวน 3 คน รวม 14 คน

จังหวัดลำพูน จัดที่โรงแรมแกรนด์จามจุรีสอร์ต วันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2564

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงาน
1	นายจักรกฤษณ์ เอ่งฉ้วน	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
2	นายธนัท ปภพนานนท์	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
3	ว่าที่ ร.ท. สัณฐภัทร เดียววานิช	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
4	นางปริศนา สายนะที	สำนักงานพัฒนาชุมชน จ. ลำพูน
5	นางสุรีย์ศรี แสงสุวรรณ	สำนักงานพัฒนาชุมชน จ. ลำพูน
6	นายชินวัฒน์ เปี้ยจันทร์ตา	สำนักงานวัฒนธรรม จ. ลำพูน
7	นางสาวหทัยา ต้นป่าเหียง	สำนักงานวัฒนธรรม จ. ลำพูน
8	นายประสิทธิ์ จันทรตะม่วย	สำนักงานวัฒนธรรม จ. ลำพูน
9	นายบุญเวทย์ ศรีพวงใจ	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน
10	นางสาวชมพูนุท เหมืองจา	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน
11	นางสาวลลิตา ศิริโกมล	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน
12	นางบำเพ็ญ เมืองมูล	นักพัฒนาการท่องเที่ยว จ. ลำพูน
13	นางวิไลวรรณ ริมทอง	สื่อมวลชนจังหวัดลำพูน

ตาราง 4.2 แสดงรายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มของภาคีเครือข่ายจังหวัดลำพูน

โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มในกลุ่มจังหวัดลำพูนที่มาจากภาครัฐส่วนกลาง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานพัฒนาชุมชน) จำนวน 8 คน มาจากภาครัฐส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน) จำนวน 4 คน จากภาคเอกชน (สื่อมวลชน) จำนวน 1 คน รวม 13

จังหวัดลำปาง จัดที่โรงแรมเวียงลคอร วันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงาน
1	พระน้อย นรุตโม	วัดปงสนุกเหนือ
2	คุณอรันต์ ถาวรรณา	เทศบาลตำบลลำปางหลวง
3	คุณวิจิตรพร มลอาร์	เทศบาลตำบลลำปางหลวง
4	คุณศุขธิ์เกษม ผื่นคำอ้าย	วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง
5	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธี เมธาสิทธิ สุขสำเริง	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานิชย์ นวลสระ	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
7	คุณรัชดาภรณ์ โออิน	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง
8	คุณจ้านงค์ หงส์แก้ว	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง
9	คุณธรินทร์ญา สนิทใจ	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเมืองเขลางค์นคร
10	คุณนงนุช ป่าเขียว	สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง
11	คุณพมพา ดวงประภา	สมาคมท่องเที่ยวนครลำปาง

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงาน
12	คุณเกศินี แสงยะการ	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง
13	คุณศุภมาส ธรรมสิทธิ์	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง

ตาราง 4.3 แสดงรายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มจังหวัดลำปาง

โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มในกลุ่มจังหวัดลำปางที่มาจากภาครัฐส่วนกลาง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม) จำนวน 2 คน มาจากภาครัฐส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลตำบล) จำนวน 4 คน จากภาคเอกชน (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยว) จำนวน 3 คน ภาคประชาคม (มหาวิทยาลัย) จำนวน 2 คน ภาคประชาชน (วัด) จำนวน 1 คน รวม 13 คน

จากการรวบรวมข้อมูลในการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่มาจากภาคีเครือข่ายในพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด จำนวน 40 คน ซึ่งภาคีเครือข่ายประกอบไปด้วยได้แก่ 1) ภาครัฐส่วนกลาง 2) ภาครัฐส่วนท้องถิ่น 3) ภาคเอกชน 4) ภาคประชาคม และ 5) ภาคประชาชน ซึ่งสมรรถนะโดยปกติแล้วมีสมรรถนะอยู่ 2 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะหลัก และสมรรถนะเชิงหน้าที่ ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) คุณลักษณะส่วนบุคคล (Traits, Personal Characteristics) ทัศนคติและพฤติกรรม (Attitudes/Behaviors) และแรงจูงใจ (Motives) ตามที่ได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 2 ผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มใน 5 ภาคีเครือข่ายนั้นกล่าวถึงสมรรถนะที่สำคัญต่อการทำงานในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์เป็นสมรรถนะเกี่ยวข้องกับงาน คน และตนเอง ผลจากการสนทนากลุ่มพบสมรรถนะที่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือภาคีเครือข่าย (Stakeholders) ต้องการนั้น มีการกล่าวถึงในการสนทนากลุ่มเอง และกล่าวถึงในการสัมภาษณ์มากขึ้นน้อยต่างกันไปในบางสมรรถนะถูกเน้นย้ำโดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในขณะที่บางสมรรถนะอาจไม่ได้กล่าวถึงในการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือกล่าวถึงน้อย แต่มีคะแนนเฉลี่ยสูงในการวิจัยเชิงปริมาณ

ในเนื้อหาตอนนี้ จะกล่าวถึงผลจากการวิจัยในรูปแบบสนทนากลุ่มโดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. สมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับความรู้ (Knowledge)

สมรรถนะในกลุ่มนี้แบ่งออกเป็นความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมนด้านอุปสงค์ (Demand) และด้านอุปทาน (Supply) ซึ่งความรู้มักเป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในเชิงหน้าที่ (Functional Competency) เพื่อให้งานนั้นสำเร็จและมีคุณค่า

1.1 สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมน (Knowledge in Pop-culture Tourism Demand)

ความรู้ในด้านนี้ หมายถึงความรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการท่องเที่ยวในลักษณะใด ความรู้ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปและนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมน ความรู้ในลักษณะวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งผู้ร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่งกล่าวว่า ความรู้ในเรื่องดังกล่าว เป็น “...ความรู้พื้นฐานที่คนทำงานในงานเหล่านี้จะต้องรู้ว่างานของตัวเองเกี่ยวกับอะไร ทำอะไร ทำไปเพื่ออะไร” (CM9) นอกจากนั้นแล้วความรู้ด้านส่วนประสมทางการตลาดก็มีความสำคัญ เช่นเดียวกัน “.... 4Ps นี่น้อยไปไหม เดียวนี้ P ต่าง ๆ ขยายไปเยอะแล้ว นักเรียนนักศึกษาต้องรู้นะ” (LP5) บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมนต้องมีความรู้ในด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว

1.2 สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับอุปทานของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมน (Knowledge in Pop-culture Tourism Supply)

ความรู้ในด้านนี้ หมายถึงความรู้เกี่ยวกับว่าพื้นที่ที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมนในด้านต่าง ๆ ได้แก่ องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมนั้นแตกต่างจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบทั่วไปหรือไม่ และความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ล่านนา เช่น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมน “...คนทำงานรู้เรื่องพื้นที่ดีหรือยัง โรงแรม ที่พัก ท้องถิ่นนะทำอะไร” (LP13)

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมนในพื้นที่ “...เค้ารู้กันหรือยังว่าบ้านเรามีอะไร มาถ่ายทำหนัง ละคร หรือโฆษณาเรื่องอะไรบ้าง” (LP13) “...สินค้าที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนิยมนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ เช่นผ้าแม่แจ่มในกลีนกาสะลองนะ คนทำงานนี้ต้องรู้ถึงเอกลักษณ์ของผ้า” (CM8)

ความรู้เกี่ยวกับเรื่องหน่วยงานที่ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้ที่มีศักยภาพในการปฏิบัติงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ความรู้ในเรื่องของขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Tourists Carrying Capacity) ของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม

ความรู้ในเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (Tourists' Safety) ความรู้เกี่ยวกับนโยบายสำหรับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มาตรการความปลอดภัยทางถนน มาตรการความปลอดภัยทางน้ำ มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจากการถูกหลอกลวงเอาเปรียบ และมาตรการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการท่องเที่ยว เช่นความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กฎหมายควบคุมดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับงานบริหารบุคคลและพัฒนาบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม

2. สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Personal Characteristics, Traits, Motives)

สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีด้วยกันหลายสมรรถนะ โดยทางคณะผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้เขียนสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สำคัญแล้วนำมาออกเสียงลงคะแนนเพื่อคัดเลือกสมรรถนะส่วนบุคคลที่สำคัญ

โดยสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ภาคีเครือข่ายของทั้ง 3 จังหวัด (เชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง) มีดังนี้

มีความฉลาด	การปฏิบัติตามกฎระเบียบ	มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์
มีความมุ่งมั่นในงาน	มีความจริงใจ	มีการให้ความร่วมมือ
มีการตัดสินใจที่ดี	พึงพาได้	มีอำนาจตัดสินใจ

กระตือรือร้น	มีความพยายาม	มีความมั่นใจในตนเอง
มีความอดทนต่อภาวะกดดัน	มีความรับผิดชอบ	มีอัธยาศัยที่ดี
มีไหวพริบดี	มีความคล่องแคล่ว	มีความใฝ่รู้
มีความสามารถในการชักจูง	มีทักษะทางสังคม	ปรับตัวเก่ง
ชอบความท้าทาย	ยึดมั่นคุณธรรม	ความเป็นผู้นำ

ตารางที่ 4.4 แสดงสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลจากการสนทนากลุ่ม

ภาคีเครือข่ายจังหวัดเชียงใหม่

สมรรถนะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่สำคัญสำหรับบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ให้คะแนนความสำคัญ 5 อันดับ ดังต่อไปนี้

1. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
2. มีความมุ่งมั่นในงาน
3. มีความใฝ่รู้
4. มีความอดทนต่อภาวะกดดัน
5. มีความรับผิดชอบ

ภาคีเครือข่ายจังหวัดลำพูน

สมรรถนะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่สำคัญสำหรับบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน ให้คะแนนความสำคัญ 5 อันดับ ดังต่อไปนี้

1. มีความอดทนต่อภาวะกดดัน
2. มีความพยายาม
3. มีทักษะทางสังคม

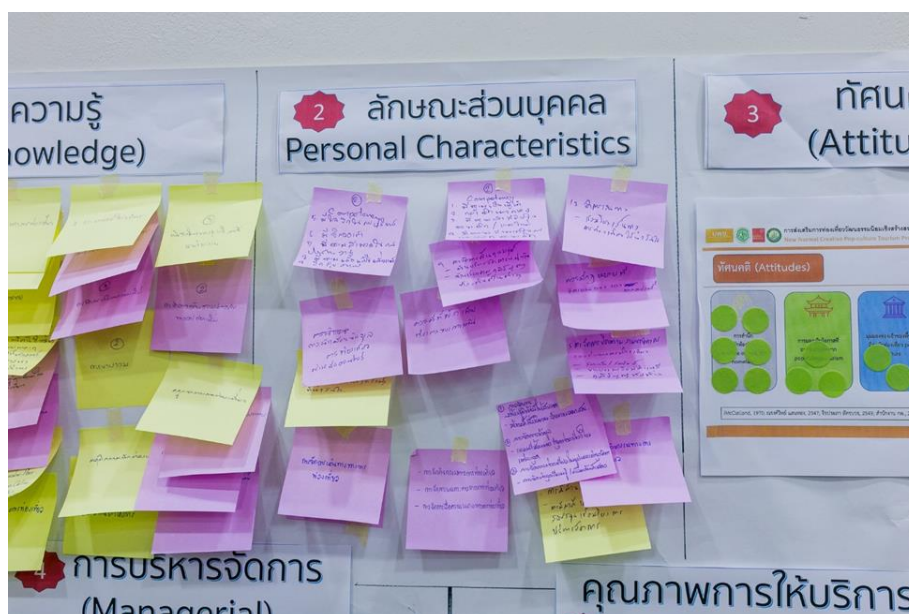
4. ปรับตัวเก่ง

5. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ

ภาคีเครือข่ายจังหวัดลำปาง

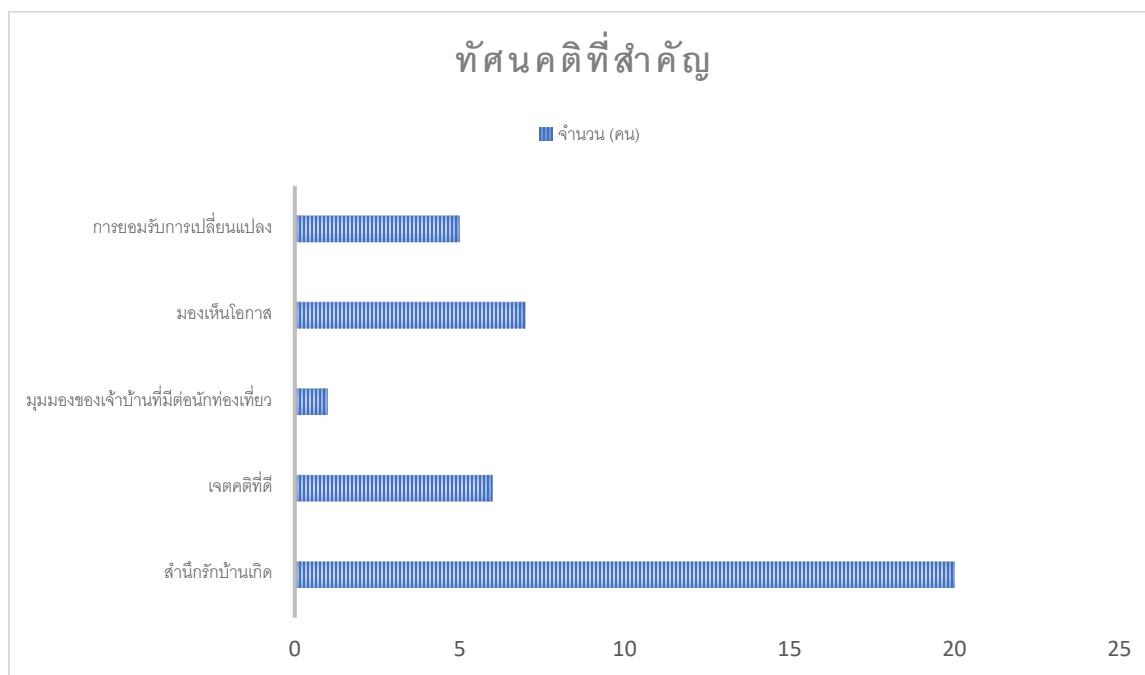
สมรรถนะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่สำคัญสำหรับบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดลำปาง ให้คะแนนความสำคัญ 5 อันดับ ดังต่อไปนี้

1. มีความรับผิดชอบ
2. มีความพยายาม
3. มีความคิดสร้างสรรค์
4. มีทักษะทางสังคม
5. มีความใฝ่รู้



ภาพ 4.2 แสดงตัวอย่างของสมรรถนะของลักษณะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่สำคัญสำหรับภาคีเครือข่าย

3. สมรรถนะเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitudes)



ภาพที่ 4.3 แสดงทัศนคติที่สำคัญของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม

จากการสนทนากลุ่มจากภาคีเครือข่ายทั้ง 5 ในพื้นที่ 3 จังหวัดพบว่า สมรรถนะด้านทัศนคติที่คาดหวังของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ให้ความเห็นร่วมกันว่าทัศนคติในจิตสำนึกรักท้องถิ่นมีความสำคัญที่สุด (20 คะแนน) รองลงมาได้แก่ การมองเห็นโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม (7 คะแนน) เจตคติที่ดีในการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม (6 คะแนน) การยอมรับความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชน (5 คะแนน) และ มุมมองของเจ้าของพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว (1 คะแนน)

4. สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (Managerial)

สมรรถนะทางการบริหาร (Managerial Competency) ได้แก่ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะร่วมของตำแหน่งประเภทของการอำนวยการและประเภทการบริหารเพื่อเป็นผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตามข้อมูลจากการสนทนากลุ่มของภาคีเครือข่ายให้ความเห็นในเรื่องของการบริหารจัดการพื้นที่การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปางในหลายประเด็นซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่จัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่ต้องมีสมรรถนะในการจัดการ ได้แก่

1. สมรรถนะในการจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่
2. สมรรถนะในการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยววัฒนธรรม
3. สมรรถนะในการบริหารจัดการพื้นที่การท่องเที่ยววัฒนธรรม
4. สมรรถนะในการการจัดพื้นที่ทางการท่องเที่ยววัฒนธรรม (zoning)
5. สมรรถนะในการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
6. สมรรถนะในการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยว
7. สมรรถนะในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพในพื้นที่
8. สมรรถนะในการบังคับใช้กฎหมาย

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ทางด้านการบริหารจัดการที่สำคัญมีความคล้ายคลึงกันกับสมรรถนะในด้านความรู้ ซึ่งทางภาคีเครือข่ายเห็นว่าผู้ที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ย่อมมีความสามารถในการที่จะบริหารจัดการได้ดีกว่าผู้ที่ไม่มีความรู้ หรือความรู้น้อย ทั้งนี้ ทักษะส่วนบุคคลก็มีส่วนในการทำให้สมรรถนะในการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้น “...มันบ่งบอกว่าคนใ้รู้ มีความรู้ มันก็ทำให้การจัดการสิ่งต่าง ๆ ได้ดีขึ้น” (CM7)

5. สมรรถนะในการแสวงหาเครือข่าย (Networking Competency)

สำหรับสมรรถนะเกี่ยวกับการแสวงหาเครือข่ายเป็นเรื่องสำคัญที่จะบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การมีเครือข่ายที่ดีนั้นจะทำให้การทำงานระหว่างหน่วยงานราบรื่น “... การประสานงานกับเครือข่ายเป็นเรื่องจำเป็นนะ ท่องเที่ยวทำงานคนเดียวไม่ได้หรอก ต้องไปติดต่อคนนู้นที่คน นี้ที่ มันถึงจะสำเร็จ” (LP1, LP7, LP8)

สรุป สมรรถนะที่สำคัญของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ประกอบไปด้วยสมรรถนะหลัก (Core Competency) และสมรรถนะรองหรือสมรรถนะเชิงหน้าที่ (Functional Competency) ประกอบไปด้วย 1) สมรรถนะด้านความรู้ 2) สมรรถนะส่วน

บุคคล 3) สมรรถนะในด้านทัศนคติ 4) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ และ 5) สมรรถนะด้านการแสวงหาเครือข่าย

4.2 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Results)

การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน จากภาคีเครือข่ายได้แก่ 1) ภาคีจากภาครัฐส่วนกลาง 2) ภาคีจากภาครัฐส่วนท้องถิ่น 3) ภาคีจากภาคเอกชน 4) ภาคีจากภาคประชาคม และ 5) ภาคีจากภาคประชาชน สามารถนำมารายงานผลถึงสมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและ ลำปาง ดังนี้

4.2.1 สมรรถนะที่คาดหวังของบุคลากรที่การท่องเที่ยววัฒนธรรมต้องการจากมุมมองของภาคีเครือข่าย

ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายทั้ง 5 อันได้แก่ ภาครัฐส่วนกลาง ภาครัฐส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาคม และภาคประชาชน สมรรถนะที่สำคัญของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เป็นสมรรถนะที่ลึกซึ้ง บางสมรรถนะไม่สามารถวัดได้ ต้องอาศัยประสบการณ์และการประเมินศักยภาพและประสิทธิภาพ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลสมรรถนะที่ภาคีเครือข่ายต้องการในบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มสมรรถนะที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge: K)

กลุ่มสมรรถนะที่เกี่ยวกับทักษะ (Skill: S)

กลุ่มสมรรถนะที่เกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude: A)

1. สมรรถนะที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge: K)

สมรรถนะในกลุ่มนี้คือสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ผลจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของ

สมรรถนะที่ภาคีเครือข่ายต้องการให้บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปางต้องการ ส่วนใหญ่เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานเชิงหน้าที่ (Functional Competency) ได้แก่

(1) สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Knowledge in Creative Pop-culture Tourism)

ความรู้ในด้านนี้ หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานหลักของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม โดยผู้สัมภาษณ์เห็นด้วยว่าสมรรถนะดังกล่าวเป็นสมรรถนะพื้นฐานและมีความสำคัญของบุคลากรทุกคน เปรียบเสมือนสมรรถนะมาตรฐานที่บุคลากรต้องมี ดังผู้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของตน รู้ว่าตนทำอะไร ความรู้เฉพาะหน้าที่ ตำแหน่ง และต้องเข้าใจว่าการท่องเที่ยวคืออะไร Pop-culture มีอะไรบ้าง อย่างไรก็ตามก็ต้องเข้าใจหน้าที่ของตัวเอง” (GV1) “...ความรู้เกี่ยวกับว่าประเทศขายสินค้าทางการท่องเที่ยวอะไรบ้าง อะไรจะนำมาขายใน pop-culture ได้บ้าง” (GL2) เช่นเดียวกับความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง (แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การขนส่ง อาหาร ของที่ระลึก ฯลฯ) (GV3, GL1, PS2, PS3, CO1, PP3)

(2) สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณ (Knowledge in Ethics)

ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณ เป็นสมรรถนะด้านความรู้และทัศนคติที่สำคัญของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจรรยาบรรณถูกระบุในสมรรถนะที่จำเป็นของสมรรถนะแรงงานในอนาคตที่ภาคีเครือข่ายต้องการอีกด้วย (4.3 ผลการสำรวจสมรรถนะของบุคลากรในอนาคต) โดยผู้สัมภาษณ์กล่าวถึงจรรยาบรรณวิชาชีพในการจัดการท่องเที่ยวและบริการส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนล้วนเกี่ยวข้องกับการบริการ ในเรื่องของการบริการนักท่องเที่ยวหรือประชาชน ทำให้ไม่สามารถละเลยคุณธรรม และจริยธรรมไปได้ ซึ่งสมรรถนะความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณมักไม่สามารถแยกออกจากทัศนคติ (Attitudes) ได้ เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ความมีอัธยาศัยมิตรไมตรี ความอดทนอดกลั้นต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้น บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ต้องมีความรู้ในจรรยาบรรณของตน จรรยาบรรณวิชาชีพ จริยธรรม และต้องมีทัศนคติที่ดีในการรักษาจรรยาบรรณและจริยธรรมด้วย (GV1, GL3, PS3, PP1)

(3) สมรรถนะเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องกฎระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Knowledge in Tourism Laws and Regulations)

สมรรถนะในด้านนี้เป็นความรู้ที่จำเป็นต่อการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคีเครือข่ายภาครัฐ และภาคีเครือข่ายภาครัฐส่วนท้องถิ่น ที่กล่าวถึง ระเบียบราชการ ข้อกฎหมาย ข้อกำหนด พระราชบัญญัติต่าง ๆ เนื่องจากการประสานงานกับภาครัฐนั้นมีลำดับขั้นตอนและค่อนข้างซับซ้อน หากบุคลากรมีความรู้ในเรื่องระเบียบราชการ กฎระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดีอาจลดขั้นตอน ประหยัดเวลาและทรัพยากรได้ (GV1, GV2, GL1, PS2, Co1)

2. สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะ (Skills)

สมรรถนะในกลุ่มนี้คือสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่จำเป็นในการทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม เป็นความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญในการที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ ตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ ผลจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของสมรรถนะเกี่ยวกับทักษะที่ภาคีเครือข่ายต้องการให้บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ต้องการ ส่วนใหญ่เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานเชิงหน้าที่ (Functional Competency) ได้แก่

(1) สมรรถนะในการใช้ภาษาต่างประเทศ (Ability of Language Use)

ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ เป็นสิ่งสำคัญมากที่ภาคีภาคเอกชนและภาคประชาคมมีความเห็นร่วมกัน (PS1, PS2, PS3, CO1, CO2, CO3) และใช้เป็นเกณฑ์ในการรับเข้าทำงานขั้นต่ำ หากเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ รวมไปถึงการต้องประสานงานกับลูกค้าชาวต่างประเทศ ซึ่งประเด็นนี้เป็นประเด็นสำคัญที่ตัวบุคลากรเองต้องตระหนักในการพัฒนาทักษะนี้ ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์ (PS1, CO3) ให้ความเห็นว่าสถาบันการศึกษาควรปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนให้นักศึกษาผู้ซึ่งจะเป็นแรงงาน (บุคลากรในอนาคต) ได้ใช้ทักษะนี้ให้คล่องแคล่วในระบบหลักสูตร นอกจากนี้ (CO1) ยังกล่าวว่าการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องการให้บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ต้องเร่งพัฒนา เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องเกี่ยวข้องกับหลากหลายวัฒนธรรม ต่างภาษาและต่างเชื้อชาติ ปัจจุบัน ภาษาอังกฤษและภาษาจีน เป็นภาษาสำคัญที่องค์กรต้องการ

(2) สมรรถนะในการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

สำหรับสมรรถนะในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ทางผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นร่วมกันว่า การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้นมีความสำคัญที่ควรจะเป็นสมรรถนะหลักของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประสิทธิภาพของการสื่อสารที่ดีจะเพิ่มความเข้าใจ ลดความขัดแย้ง และมีประโยชน์ เช่น PP1 ยกตัวอย่างว่า “...นักท่องเที่ยวก็ต้องพูดให้รู้เรื่องนะ ว่าตรงนี้ขึ้นไม่ได้เพราะอะไร โดยเฉพาะผู้หญิง มันมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์บรรจุอยู่ นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจหรอก และเขาก็ไม่พอใจด้วย ถ้าเขาไม่มีความรู้มาก่อน เราก็อธิบายไป อธิบายรู้เรื่องบ้างไม่รู้เรื่องบ้าง ไม่ต้องพูดถึงภาษาอังกฤษ เอาให้พูดภาษาไทยให้รู้เรื่องก่อน” (PP1)

สอดคล้องกับ GV2, GL1, PS3, CO1 ที่เห็นด้วยว่า ทักษะในการสื่อสารใจความสำคัญอย่างมีประสิทธิภาพนั้นสำคัญที่สุด เนื่องจากการทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์มีการทำงานที่ซับซ้อน เกี่ยวเนื่องกับหลายภาคส่วน การสื่อสารที่มีใจความสำคัญ ชัดเจน ตรงประเด็นจะประหยัดเวลา ประหยัดทรัพยากรได้อีกมาก

PS1 เสนอว่าบุคลากรต้องรู้จักการใช้น้ำเสียงที่สุภาพ มีความสามารถในการเลือกใช้คำที่เหมาะสม ไม่ให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณดูถูกหรือด้อยค่า บางครั้งนักท่องเที่ยวหรือแม้แต่เพื่อนร่วมงานด้วยกันเองก็อาจต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจ ซึ่งบางครั้งคำบางคำอาจสื่อสารออกไปจนละความหมายจากที่ผู้พูดต้องการก็ได้ ซึ่งทักษะนี้อาจต้องใช้ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ) ช่วยเสริมแรงด้วยอันจะเป็นการทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ GV2 และ GL1 ที่กล่าวว่า การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานอย่างมีประสิทธิภาพมีผลต่อการทำงาน เช่นเดียวกับการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและประชาชน ซึ่งข้อมูลเป็นส่วนสำคัญในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ อันจะเกิดประโยชน์ในอีกสมรรถนะหนึ่ง นั่นคือการทำงานเป็นทีม ที่ต้องอาศัยสมาชิกในทีมทำงานให้ลุล่วงและมีประสิทธิภาพ

(3) สมรรถนะในความสามารถในการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี (Ability To Use Technology Tools)

องค์กรต่าง ๆ ล้วนต้องอาศัยเครื่องมือและเทคโนโลยีในการช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น PS1 ให้ความเห็นว่า การใช้เครื่องมือทางธุรกิจเป็นจะทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น ประหยัดเวลาและทรัพยากร และสามารถสร้างการรับรู้ทางการตลาดได้ เช่น การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) เป็นต้น ดังนั้น บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ต้องมีสมรรถนะนี้

(4) สมรรถนะความสามารถในการจัดโครงการให้สำเร็จ (Ability to Manage Project)

PS1, PS2, CO3 มีความเห็นร่วมกันว่าสมรรถนะที่จะจัดการโครงการให้สำเร็จ เริ่มต้นจากทักษะในการวางแผน (Planning Skills) ซึ่งในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของระดับปฏิบัติการโดยทั่วไปอาจไม่ค่อยมีความสำคัญมากนัก แต่อย่างไรก็ตาม สมรรถนะนี้ควรปลูกฝังอยู่ในตัวบุคลากรทุกคน ทุกระดับ เนื่องจากการวางแผนเป็นการเริ่มต้นในการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ในการเริ่มต้นโครงการ หรือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้สมรรถนะรองอื่น ๆ เช่นความสามารถในการใช้ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล การใช้งบประมาณ ความสามารถในการคิดเชิงระบบ และการทำงานสำนักงาน ล้วนเป็นสมรรถนะพื้นฐานที่บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ควรต้องทำได้ อย่างไรก็ตามสมรรถนะเหล่านี้ถือว่าเป็นสมรรถนะที่สามารถฝึกฝนและเรียนรู้ได้

(5) สมรรถนะความสามารถในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Ability to Make Strategically Decision)

ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงความสามารถที่บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ต้องมีการตัดสินใจเบื้องต้น โดยการรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่ ในการที่จะจัดการการท่องเที่ยวในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญ PS1 กล่าวว่า “...ในบางเรื่อง เขาต้องตัดสินใจได้ด้วยตัวเองว่าถ้าเสนอให้ลูกค้าแบบนี้ บริษัทจะได้ประโยชน์หรือเสียผลประโยชน์” (PS1) อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านกล่าวว่า การให้อำนาจการตัดสินใจของบุคลากรในระดับปฏิบัติงานจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการให้อำนาจของผู้บริหารในระดับสูง ซึ่งบางครั้งในภาคีเครือข่ายภาครัฐส่วนกลางและภาครัฐส่วนท้องถิ่น อาจทำได้ยากขึ้นอยู่กับบริบทของสายงานการบังคับบัญชา ซึ่งประเด็นในการให้อำนาจการตัดสินใจอาจเป็นสมรรถนะในระดับผู้บริหารมากกว่า

(6) สมรรถนะความสามารถในการคิดวิเคราะห์ (Ability to Critically Thinking)

สมรรถนะนี้เป็นสมรรถนะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวต่อเนื่องจากสมรรถนะความสามารถในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ภาคีเครือข่ายภาคเอกชนให้สัมภาษณ์ว่า การท่องเที่ยวเป็นการบริการที่อาศัยคนในการขับเคลื่อน และคนเป็นผู้บริโภค ดังนั้นการเข้าใจคน เข้าใจพฤติกรรมลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญ PS1 กล่าวว่า การวิเคราะห์ลูกค้า ว่า “...ลูกค้าเป็นใคร ต้องการอะไร คาดหวังอะไร” และตอบสนองลูกค้าให้ตรงกับการที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งทักษะนี้อาจผนวกกับสมรรถนะในด้านความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลจากการสนทนากลุ่มที่กล่าวว่าความรู้ในด้านอุปสงค์

(Demand) หรือความต้องการของผู้บริโภคนั้นเป็นความรู้ที่บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ต้องให้ความสำคัญ

(7) สมรรถนะความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Ability to Creativity Thinking)

นอกเหนือจากสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับการคิดวิเคราะห์แล้ว สมรรถนะความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นอีกสมรรถนะหนึ่งให้ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึง ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้บุคลากรสามารถคิดนอกกรอบ คิดหาสิ่งใหม่ ๆ มาเพื่อพัฒนากระบวนการการทำงาน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (GV3, PO2) ซึ่ง PO2 มองว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นสิ่งที่บุคลากรควรมีซึ่งจะเกิดความคิดสร้างสรรค์ได้นั้น อาจต้องมีทักษะในการคิดเชิงวิเคราะห์มาก่อน

3. สมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ (Attitudes: A)

ทัศนคติหรือเจตคติ นั้นเป็นแนวคิดส่วนตน (Self-concept) หรือแรงผลักดันภายใน แรงจูงใจ (Motivation) อุปนิสัย (Traits) หรือภาพลักษณ์ส่วนตน (Self-image) ซึ่งสังเกตได้จากพฤติกรรมที่บุคคลได้แสดงออกมา โดยทัศนคติเป็นส่วนที่มีความท้าทายสำหรับการพัฒนาคน เนื่องจากทัศนคติเป็นสภาวะทางความคิด ความรู้สึกที่ผ่านมาถูกปลูกฝังและขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล โดยผลจากการสัมภาษณ์พบว่า มีสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ควรมีอยู่หลายตัวดังต่อไปนี้

(1) สมรรถนะในความเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Ability to Understand Multi-cultures)

ผู้สัมภาษณ์หลายท่านให้ความเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรมนั้นส่งผลและเป็นส่วนหนึ่งต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากความเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรมของบุคลากร จะส่งผลให้เกิดการสื่อสารและการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว ชาวบ้าน หน่วยงานภาครัฐ ว่ามีวัฒนธรรมที่ต่างกัน PS1 กล่าวว่า “...การดูแลลูกค้าแต่ละชาติไม่เหมือนกัน อินเดียชอบอย่าง จีนชอบอย่าง ฝรั่งเศสชอบอย่าง คนไทยชอบอีกอย่าง จะเหมารวมว่าเหมือนกันหมดไม่ได้” (PS1) ในขณะที่ CO3 ระบุว่าทัศนคติในความเข้าใจถึงความแตกต่าง เช่นเรื่องรสนิยมทางเพศก็มีส่วนเกี่ยวเนื่อง “...บางคนกลัว...บางชาติ...บางเพศ... ไม่เข้าใจ culture shock ไม่กล้าทำงาน กลัวไปเลยก็มี” (CO3) ผู้ให้สัมภาษณ์หลายท่านให้ความเห็นว่าบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องมีทัศนคติที่ดีและเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมและไม่มองข้าม

รายละเอียดในเรื่องเล็กน้อยบางเรื่องที่มีความสำคัญต่อลูกค้า แม้แต่ลูกค้าที่มาจากรากฐานวัฒนธรรมเดียวกัน เช่น คนไทย อาจต้องมีทัศนคติที่ดีกับการทำงานและการบริการคนไทยค่อนข้างมาก (PS2) ดังที่ “...คนไทยด้วยตัวเอง ก็คาดหวังให้เราบริการ...ปฏิบัติต่อเขาดีนะ...แบบต้องดีที่สุด...ซึ่งก็เป็นหน้าที่เรานั้นแหละ” (PS3) หากมีทัศนคติในเรื่องของความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) ก็จะทำให้การบริการดียิ่งขึ้นไป แต่อย่างไรก็ตาม ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมข้ามชาติด้วยเช่นเดียวกัน เช่น การยิ้มสยาม อาจแสดงถึงความไม่จริงใจในทหรณะของชาวตะวันตก (PO1)

(2) สมรรถนะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า (Ability to Solv Problems)

สมรรถนะนี้เน้นความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากสถานการณ์เฉพาะหน้า ซึ่งจะต้องผนวกเอาสมรรถนะด้านความรู้และสมรรถนะด้านทักษะรวมไปด้วย อย่างไรก็ตาม สมรรถนะที่สำคัญในเชิงทัศนคติ ได้แก่ การแก้ไขสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้ประสบความสำเร็จในการแก้ไขสถานการณ์ การแก้ไขสถานการณ์อย่างรวดเร็ว การแก้ไขสถานการณ์อย่างละมุนละม่อมที่ไม่ส่งผลกระทบทางลบให้เกิดขึ้นจนทำให้สถานการณ์บานปลาย สมรรถนะเหล่านี้ต้องใช้ทัศนคติส่วนบุคคลในการมาช่วยเสริมเพื่อแก้ไขสถานการณ์ โดยเฉพาะการรับฟังที่ดี มีการแยกแยะสถานการณ์ว่า สถานการณ์นี้จะส่งผลทางบวก หรือผลกระทบทางลบให้แก่องค์กร ธุรกิจ หรือการประสานงานในภาคีเครือข่ายต่อไป ทั้งนี้ ในการรับฟังอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ต้องอาศัย Empathy (PS1)

(3) สมรรถนะที่มีทัศนคติในเชิงบวก (Positive Attitudes)

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีการกล่าวถึงว่าบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ต้องมีทัศนคติในเชิงบวก ภาคีเครือข่ายภาคเอกชนมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า หากบุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่องาน ต่อสถานการณ์แวดล้อม จะทำให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสุข นอกจากนี้ PP2 กล่าวว่า “...เราเป็นเจ้าบ้าน เจ้าของพื้นที่ เราต้องคิดบวกนะว่านักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่นี่มันมีประโยชน์โดยตรงและโดยอ้อม” (PP2) ซึ่ง GL2 ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “...ความรู้และทักษะนั้นเรียนรู้ได้ ฝึกได้ แต่ทัศนคตินั้นฝึกยาก” (GL2)

(4) สมรรถนะในการเป็นมืออาชีพ (Professionalism Attitudes)

สมรรถนะนี้ประกอบไปด้วยสมรรถนะหลายตัว ที่ประกอบกันเพื่อให้บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นมืออาชีพ ซึ่งทัศนคติของความเป็นมืออาชีพที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงนั้นคือการที่บุคคลมี**ความมุ่งมั่น** ต้องการจะทำงานให้สำเร็จ **มีใจรัก**ในงานที่ทำที่ต้องการให้งานออกมาดีและมีประสิทธิภาพ **ความมีวินัย** จะส่งผลให้บุคลากรมีการทำงานตามกฎระเบียบขององค์กร มีความตระหนักต่องาน **มีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจได้** บุคลากรต้องมีความน่าเชื่อถือและที่สำคัญต้อง**มีความรับผิดชอบ**ต่อหน้าที่และงานที่รับผิดชอบ รวมไปถึงสมรรถนะของ**ทัศนคติในการจัดสรรเวลา และการปรับตัวตามสถานการณ์** ซึ่งสมรรถนะที่กล่าวมาสามารถทำให้การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ

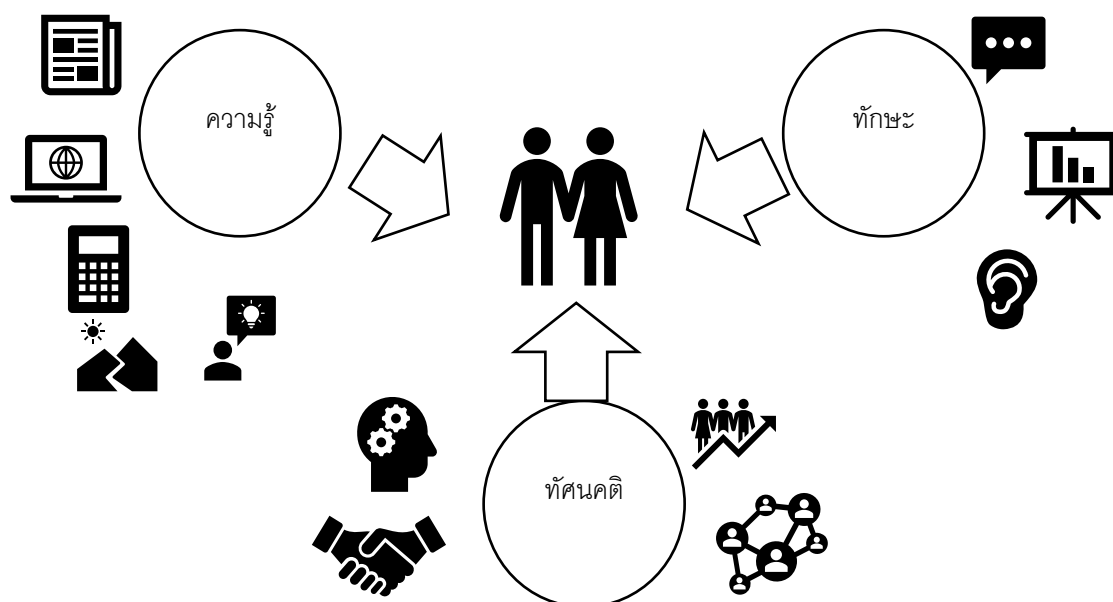
นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับสมรรถนะเกี่ยวกับทัศนคติที่สำคัญอีกสมรรถนะหนึ่ง ได้แก่ **สมรรถนะของการทำงานเป็นทีม (Team Player)** และ**สมรรถนะแห่งการเป็นผู้นำ (Leadership)** ซึ่งหลายท่านได้ให้ความเห็นว่า ในการทำงาน บุคคลไม่สามารถดำเนินการให้สำเร็จด้วยคนเพียงคนเดียว การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมมีความซับซ้อน ต้องประสานงานกับคนหมู่มากหลายประเภท ซึ่งต้องทำงานร่วมกับคนหลายคน ซึ่งสมรรถนะนี้เป็นความสามารถที่เป็นส่วนหนึ่งของทีมในการพาให้ทีมประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามความเป็นผู้นำมักจะสามารรถตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างเฉียบคมและนำพาให้ทีมประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน

สมรรถนะในการแสวงหาเครือข่าย (Networking) ได้ถูกกล่าวถึงเช่นเดียวกัน ในการแสวงหาเครือข่ายใหม่ ๆ นั้นเป็นสมรรถนะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากเครือข่ายนั้นมีความสำคัญในการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก ซึ่งเครือข่ายอาจมีหลายระดับ ซึ่ง PS1, PS3 ซึ่งอยู่ในธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมกล่าวถึงความสำคัญของเครือข่ายว่า “...เราต้องมีเครือข่ายต้องมี partner เราอยู่ด้วยตัวเองไม่ได้หรอก ในโลกปัจจุบัน” (PS1) และ “...ยังรู้จักคนมากเท่าไร มี connection มากเท่าไรยังเป็นเรื่องดี คนทำงานต้องกระตือรือร้นในการรู้จักคนใหม่ ๆ นะ Introvert อาจไม่ตอบโจทย์เท่าไร” (PS3)

4.3 ความต้องการบุคลากรในการจัดการวัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์จากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง (Demand Driven)

จากการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับความต้องการของบุคลากรในอนาคตที่ต้องการว่ามีสมรรถนะที่คาดหวังอย่างไรบ้างในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ลำพูน และลำปาง ซึ่งทางผู้ให้สัมภาษณ์ได้กรุณาให้ข้อคิดเห็นถึงสมรรถนะของบุคลากรต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นและสำคัญในการทำงานด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ฯ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้กำหนดตำแหน่งงานออกมา 3 ตำแหน่งงานจากภาคีเครือข่าย 3 ภาคีเครือข่าย ได้แก่ 1) ภาคีเครือข่ายภาครัฐส่วนท้องถิ่น 2) ภาคีเครือข่ายภาคเอกชนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ และ 3) ภาคีเครือข่ายในภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์และความบันเทิง ซึ่งตำแหน่งงานที่ภาคีเครือข่ายดังกล่าวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ต้องการได้แก่ 1) นักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ภาคีเครือข่ายภาครัฐส่วนท้องถิ่น) 2) ผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว (ภาคีเครือข่ายภาคเอกชน: อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ) และ 3) ผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร (ภาคีเครือข่ายภาคเอกชน: อุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิง) ซึ่งมีผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcome) สมรรถนะหลัก สมรรถนะรองที่คาดหวัง ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพ 4.3 แสดงความสัมพันธ์ของสมรรถนะ

(1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ภาคีเครือข่าย: ภาครัฐส่วนท้องถิ่น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Learning Outcome)

บุคลากรที่จะทำงานในตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพต้องมีผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและสมรรถนะต่าง ๆ อันจะส่งผลถึงความสำเร็จในงานดังต่อไปนี้

-บุคลากรต้องสามารถรวบรวม วิเคราะห์และประมวลนโยบายของรัฐและสถานการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เพื่อนำมาสรุปเสนอประเด็นเพื่อทำการกำหนดนโยบายและเป้าหมาย

-บุคลากรต้องสามารถอธิบายวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ รวมไปถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ในเขตจังหวัดลำนานาได้ดี

-บุคลากรต้องมีความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลและมีทัศนคติในเชิงบวกเพื่อประสานงานกับประชาชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการสื่อสารในภาษาต่างประเทศ

-บุคลากรต้องสามารถประสานงานร่วมกันกับองค์กรภายในและองค์กรภายนอก รวมไปถึงภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ผล

-บุคลากรต้องสามารถใช้และเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่และเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชน

-บุคลากรต้องสามารถทำการวางแผนกลยุทธ์และจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐส่วนท้องถิ่น โดยให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์

สมรรถนะด้านความรู้ที่คาดหวัง

- มีความรู้ในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่องเล่ามุขปาฐะ ตำนานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
- ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ
- การจัดการงบประมาณ
- ริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

- มีความรู้เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองปัจจุบันทั้งในและต่างประเทศ

สมรรถนะด้านทักษะที่คาดหวัง

- ดำเนินการธุรการเอกสารตามขั้นตอนทางราชการ
- มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอย่างดี
- ออกแบบโปรเจกต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ได้
- ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างเพื่อนร่วมงาน
- สื่อสารกับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- มีทักษะเชิงระบบ การจัดการ
- การจัดการและแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานกับชุมชน
- การสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวเพื่อการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- จัดระเบียบการทำงาน

สมรรถนะด้านทัศนคติที่คาดหวัง

- จัดการกิจกรรมพิเศษและนำเสนอผลงาน
- พัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่
- สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับชุมชน
- ข้อกำหนดทางกฎหมายสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ
- รักษาทรัพยากรท้องถิ่น
- สำนักรักษ์ท้องถิ่น
- มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ

(2) ตำแหน่งผู้ประสานงานตลาดการท่องเที่ยว

ภาคีเครือข่าย: ภาคเอกชน (อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Learning Outcome)

-บุคลากรที่จะทำงานในตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพต้องมีการเรียนรู้ที่คาดหวังและสมรรถนะต่าง ๆ อันจะส่งผลถึงความสำเร็จในงานดังต่อไปนี้

-บุคลากรต้องสามารถเข้าใจบริบทและประเด็นทางการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของพื้นที่ล้าหน้าได้เป็นอย่างดี

-บุคลากรต้องสามารถออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในท้องถิ่นโดยสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม

-บุคลากรต้องสามารถเห็นโอกาสจากการทำการตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม

-บุคลากรต้องสามารถทำการส่งเสริมการขายและทำการวางแผนการส่งเสริมการตลาดโดยใช้การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

-บุคลากรต้องสามารถสร้างเครือข่ายและมีความร่วมมือกันกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

-บุคลากรต้องมีความสามารถในการสื่อสาร อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษได้ในระดับดี

สมรรถนะด้านความรู้ที่คาดหวัง

- รู้จักความเป็นมาของพื้นที่และวัฒนธรรมประเพณี
- ความรู้เรื่องตลาดผู้บริโภค
- การจัดการงบประมาณ
- จรรยาบรรณในการทำงาน
- รู้ทันโลกและสถานการณ์ปัจจุบัน
- การส่งเสริมการขาย
- ออกแบบโปรแกรมทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ได้

- มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ ของธุรกิจโรงแรม
- มีองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว

สมรรถนะด้านทักษะที่คาดหวัง

- ทักษะการเจรจาต่อรอง
- การศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ
- การสื่อสารระหว่างบุคคล
- แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- การจัดการงานอย่างเป็นระบบ
- การแสวงหาเครือข่าย
- การจัดการเวลา
- การรับมือกับสภาวะกดดัน
- การประสานงาน
- มีความสามารถในการสื่อสารอ่านและเขียนภาษาอังกฤษในระดับดี
- ทักษะด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ MS Office อย่างดี

สมรรถนะด้านทัศนคติที่คาดหวัง

- มีความตรงต่อเวลา
- มีมนุษยสัมพันธ์
- มีความรับผิดชอบ
- มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรง
- รักงานบริการ
- รักความก้าวหน้า

- มีภาวะผู้นำ
- กล้าแสดงออกอย่างสุจริต และสุภาพ
- มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับความเชื่อของพื้นที่

(3) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร

ภาคีเครือข่าย: ภาคเอกชน (อุตสาหกรรมภาพยนตร์และความบันเทิง)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Learning Outcome)

บุคลากรที่จะทำงานในตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละครอย่างมีประสิทธิภาพต้องมีการเรียนรู้ที่คาดหวังและสมรรถนะต่าง ๆ อันจะส่งผลถึงความสำเร็จในงานดังต่อไปนี้

- บุคลากรต้องสามารถประสานงานกองถ่าย รวมไปถึงดูแลศิลปิน และสามารถเจรจาต่อรองได้ดี
- บุคลากรต้องทราบนโยบายของภาครัฐและภาคท้องถิ่นในการใช้พื้นที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร และความบันเทิงอื่น
- บุคลากรสามารถประสานงานกับภาครัฐ เจ้าของพื้นที่ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการใช้พื้นที่
- บุคลากรสามารถจัดการและประสานงานกับทุกฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย
- บุคลากรสามารถประสานงานและดำเนินการในเรื่องการจัดการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ (transaction)
- บุคลากรสามารถวางแผนจัดสรรอุปกรณ์ให้กับทีมงานตามกำหนดเวลา และทำงานภายใต้ภาวะความกดดันได้ดี
- บุคลากรสามารถถ่ายภาพเพื่อทำภาพเบื้องหลังประกอบการถ่ายทำ
- บุคลากรสามารถเขียนเนื้อหา (content) เพื่อเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ได้

สมรรถนะด้านความรู้ที่คาดหวัง

- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่
- มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ถ่ายทำละครและภาพยนตร์
- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี
- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบกองถ่าย
- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายกฎหมายการถ่ายทำภาพยนตร์ในรูปแบบวิถีปกติใหม่

สมรรถนะด้านทักษะที่คาดหวัง

- แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- มีทักษะการถ่ายภาพ
- การจัดการงานอย่างเป็นระบบ
- จรรยาบรรณในการทำงาน
- มีความคิดสร้างสรรค์
- ทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี
- การทำงานเป็นระบบ
- แสวงหาเครือข่าย
- การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
- มีความละเอียดรอบคอบ
- บริหารความขัดแย้ง
- การประสานงานกับเจ้าของพื้นที่

สมรรถนะด้านทัศนคติที่คาดหวัง

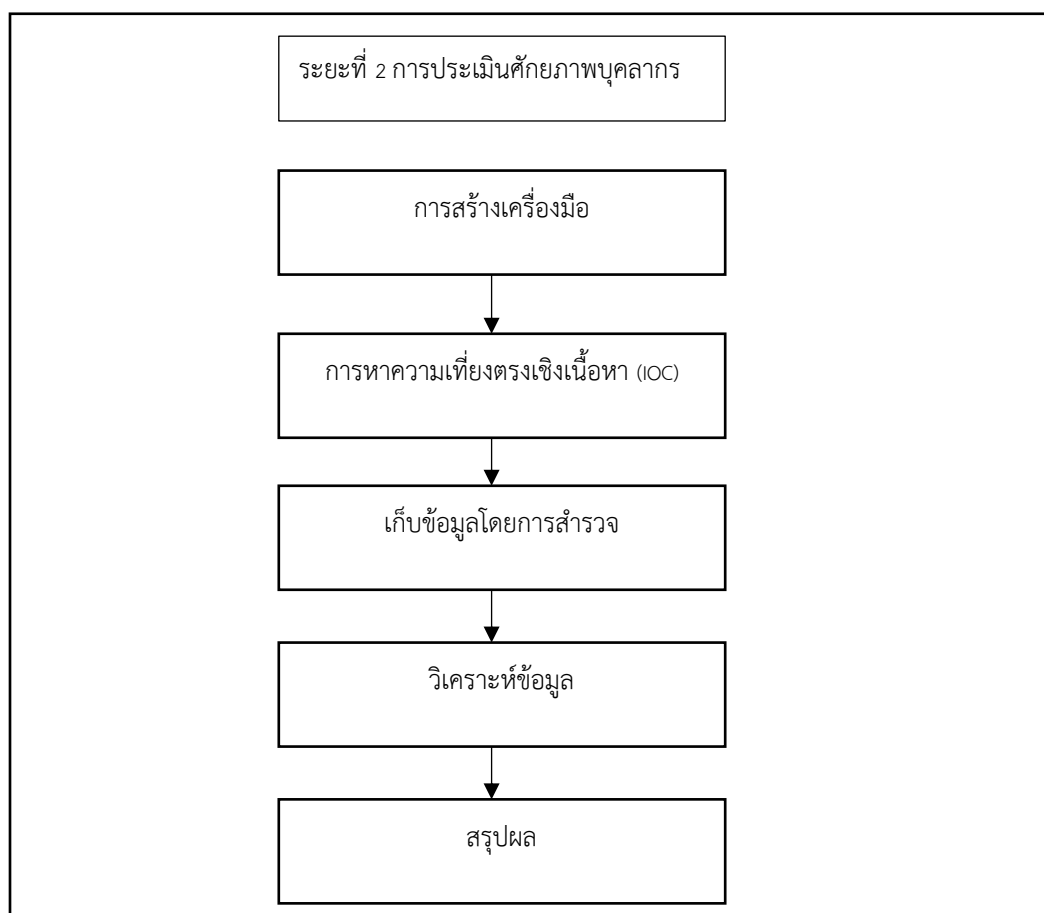
- มีความตรงต่อเวลา

- มีมนุษยสัมพันธ์
- มีความรับผิดชอบ
- มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรง
- มีความคิดเห็นที่เป็นกลางและเคารพเกี่ยวกับความเชื่อและจิตวิญญาณของพื้นที่

วัตถุประสงค์ที่ 2: เพื่อประเมินสมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่มีแนวโน้มจะทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 นี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระยะที่ 2 ของขั้นตอนการวิจัยดังภาพ 4.2

ภาพที่ 4.2 แสดงขั้นตอนการวิจัยในระยะที่ 2



สำหรับตำแหน่งงานจากมุมมองของผู้ต้องการใช้แรงงานในอนาคต (Demand Driven) สรุปเป็น 3 ตำแหน่งงาน ได้แก่

1. ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม
2. ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายในพื้นที่
3. ตำแหน่งนักการตลาดการท่องเที่ยว

ซึ่งทั้ง 3 ตำแหน่งงานนี้ ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแจกจ่ายแบบสอบถามให้แก่แรงงานในอนาคตที่ประสงค์จะทำงานในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง โดยแจกจ่ายไปตามสถาบันต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง และผู้ที่สนใจในตำแหน่งงานดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกตอบตามตำแหน่งงานที่สนใจเพื่อประเมินศักยภาพของสมรรถนะแรงงานในอนาคต โดยเป็นการสุ่มแบบง่าย โดยวัดจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละตำแหน่งงานจะมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน รวมทั้งหมด 1,200 คน โดยมีรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงาน ดังต่อไปนี้

ตำแหน่ง: นักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	260	65
ชาย	140	35
รวม	400	100

ตาราง 4.1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในตำแหน่งนักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 65 และ 35 ตามลำดับ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
18 – 22	218	54.5
23 – 25	136	34
มากกว่า 25 ปี	46	11.5
รวม	400	100

ตาราง 4.2 แสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.2 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาได้แก่ช่วงอายุระหว่าง 23 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 และมากกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปวช.	21	5.3
ปวส.	17	4.3
ปริญญาตรี	318	79.5
สูงกว่าปริญญาตรี	44	11.0
รวม	400	100

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการศึกษา

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงสุดมากกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 11 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 5.3 และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

สาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยว	34	8.5
การโรงแรม การบริการ	30	7.5
นิเทศศาสตร์	20	5.0
การจัดการ การตลาด บริหารธุรกิจ	106	26.5
รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์	166	41.5
ภาษา การสื่อสาร	27	6.8
อื่น ๆ	17	4.3
รวม	400	100

ตารางที่ 4.4 แสดงสาขาวิชาที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษา

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่สนใจในตำแหน่งงานนักวิเคราะห์นโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมมีการศึกษาในสาขาวิชารัฐศาสตร์ หรือสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ สาขาการจัดการ การตลาด หรือบริหารธุรกิจ ร้อยละ 26.5 สาขาการท่องเที่ยว ร้อยละ 8.5 สาขาการโรงแรมหรือการบริการ ร้อยละ 7.5 สาขาที่เกี่ยวกับภาษาและการสื่อสาร ร้อยละ 6.8 สาขานิเทศศาสตร์ ร้อยละ 5 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ระดับของสมรรถนะ

สมรรถนะ	$\overline{(x)}$	S.D.	แปลผล
ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวในพื้นที่ลำนนา	2.71	1.174	ปานกลาง

สมรรถนะ	($\bar{x}$)	S.D.	แปลผล
ความรู้พื้นฐานในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อจัดทำสื่อทางเทคโนโลยี	2.63	1.177	ปานกลาง
ทักษะการสื่อสารทางภาษาอังกฤษ	2.79	1.182	ปานกลาง
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	2.79	1.275	ปานกลาง
ทักษะการคิดเชิงระบบ	3.33	1.017	ปานกลาง
ทักษะการจัดการ	3.20	1.144	ปานกลาง
การรักษาความลับขององค์กร	3.10	1.024	ปานกลาง
การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	3.30	1.052	ปานกลาง
ทักษะการประสานงาน	3.08	1.003	ปานกลาง
ความรู้ในระเบียบราชการ	3.01	1.170	ปานกลาง
ความรู้ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์	2.80	1.148	ปานกลาง
การส่งเสริมการท่องเที่ยว	2.87	1.223	ปานกลาง
ทักษะการทำงานเป็นทีม	2.91	1.222	ปานกลาง
ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล	2.98	1.172	ปานกลาง
ความสามารถในการจัดกิจกรรมพิเศษ	3.03	1.252	ปานกลาง
ทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์	2.74	1.284	ปานกลาง
การคิดเชิงกลยุทธ์	2.82	1.218	ปานกลาง
การจัดการและประสานงานการประชุม	2.88	1.295	ปานกลาง
การปฏิสัมพันธ์กับคนหมู่มาก	2.92	1.290	ปานกลาง
ศึกษาข้อกำหนดระเบียบกฎหมายอยู่เสมอ	2.71	1.269	ปานกลาง
ความรู้ความเข้าใจในการรักษาทรัพยากรให้ยั่งยืน	2.95	1.184	ปานกลาง

ตาราง 4.5 แสดงระดับของสมรรถนะของแรงงานในตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนการจัดการการ

ท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมของแรงงานในอนาคตในปัจจุบัน

สำหรับตารางที่ 4.5 แสดงระดับของสมรรถนะของแรงงานในตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนการ
จัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมของแรงงานในอนาคตในปัจจุบัน โดยมีเกณฑ์การแปลค่าของค่าเฉลี่ย (Mean)
ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับสมรรถนะมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับสมรรถนะมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับสมรรถนะปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับสมรรถนะน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับสมรรถนะน้อยที่สุด

สมรรถนะที่คาดหวังจากผู้ต้องการใช้แรงงานในอนาคตจากการประเมินระดับสมรรถนะของแรงงานใน
อนาคตพบว่า ทุกสมรรถนะ ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะในระดับปานกลาง โดยสมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่
ค่าเฉลี่ยมีค่าเกิน 3.00 ได้แก่ ทักษะการคิดเชิงระบบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่
ที่ 3.30 ทักษะการจัดการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 การรักษาความลับขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10 ทักษะการ
ประสานงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08 และความรู้ในระเบียบราชการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.01

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังที่แรงงานในอนาคตควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน สำหรับตำแหน่งนักนโยบายและ
แผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม 5 อันดับ (มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 3.00) ได้แก่ สมรรถนะในด้านความรู้
พื้นฐานในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อทำสื่อทางเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.63 ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของ
แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนา และการศึกษาข้อกำหนดระเบียบกฎหมายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.71 สมรรถนะ
ด้านทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยที่ 2.74 ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.79 ความรู้ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80

สรุป สมรรถนะที่ต้องเสริมสร้างและพัฒนาของแรงงานในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ด้านความรู้ (K:
Knowledge) ด้านทักษะ (S: Skill) และด้านทัศนคติ (A: Attitude) ได้แก่

1. สมรรถนะความรู้และทักษะเรื่องการใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์สื่อ (K,S)
2. สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนา (K)

3. สมรรถนะในการใฝ่รู้ในการศึกษาข้อกำหนดระเบียบกฎหมายอยู่เสมอ (A)
4. สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ (S)
5. สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ (S, A)
6. สมรรถนะเกี่ยวกับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (A)
7. สมรรถนะในด้านความรู้ในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (K)

ตำแหน่ง: ผู้ประสานงานกองถ่ายทำภาพยนตร์และละคร

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	259	64.8
ชาย	141	35.3
รวม	400	100

ตาราง 4.6 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายทำภาพยนตร์และละครในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 64.8 และ 35.3 ตามลำดับ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
18 – 22	237	59.3
23 – 25	123	30.8
มากกว่า 25 ปี	40	10.0
รวม	400	100

ตาราง 4.7 แสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.2 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาได้แก่ช่วงอายุระหว่าง 23 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 และมากกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	386	96.5
สูงกว่าปริญญาตรี	14	3.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.8 แสดงระดับการศึกษา

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 96.5 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงสุดมากกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 3.5

สาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยว	7	1.8
การโรงแรม การบริการ	3	0.8
นิเทศศาสตร์	268	67.0

การจัดการ การตลาด	104	26.0
บริหารธุรกิจ		
อื่น ๆ	18	4.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.9 แสดงสาขาวิชาที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษา

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่สนใจในตำแหน่งงานผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละครในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับสาขาวิชานิเทศศาสตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาได้แก่สาขาวิชาเกี่ยวกับการจัดการ การตลาด บริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26 สาขาอื่น ๆ เช่น รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศิลปกรรม ภาษา คิดเป็นร้อยละ 4.5 เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้อยละ 1.8 และการโรงแรมและการบริการ ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ระดับของสมรรถนะ

สมรรถนะ	$\overline{(x)}$	S.D.	แปลผล
มีความอดทนอดกลั้น	3.61	0.749	มาก
ทักษะการทำงานเป็นทีม	3.76	0.623	มาก
มีการทำงานอย่างเป็นระบบ	3.67	0.683	มาก
รู้จักพื้นที่ล่านาเป็นอย่างดี	3.43	0.986	มาก
ต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ ผู้ร่วมงานใหม่ ๆ เครือข่ายใหม่ ๆ	3.59	0.748	มาก
ทักษะการเจรจาต่อรอง	3.54	0.760	มาก
การแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ	3.43	0.831	มาก
ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.12	1.069	ปานกลาง

ความรู้ด้านการตลาด	3.41	0.876	มาก
ทักษะการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า	3.54	0.807	มาก
การปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอน	3.67	0.739	มาก
ยึดถือจรรยาบรรณ	3.84	0.701	มาก
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ริเริ่มสิ่งใหม่อยู่เสมอ	3.78	0.756	มาก
สามารถทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี	3.78	0.659	มาก
ความสามารถในการจัดการโครงการให้สำเร็จ	3.81	0.869	มาก
ทักษะการปฏิสัมพันธ์กับคนหมู่มาก	3.63	0.691	มาก

ตาราง 4.10 แสดงระดับของสมรรถนะของแรงงานในตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละครของ
แรงงานในอนาคตในปัจจุบัน

สำหรับตารางที่ 4.10 แสดงระดับของสมรรถนะของแรงงานในตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนการ
จัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมของแรงงานในอนาคตในปัจจุบัน โดยมีเกณฑ์การแปลค่าของค่าเฉลี่ย (Mean)
ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับสมรรถนะมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับสมรรถนะมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับสมรรถนะปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับสมรรถนะน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับสมรรถนะน้อยที่สุด

สมรรถนะที่คาดหวังจากผู้ต้องการใช้แรงงานในอนาคตจากการประเมินระดับสมรรถนะของแรงงานใน
อนาคตพบว่า สมรรถนะส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะในระดับมาก โดยสมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) สมรรถนะในการยึดถือจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 2) สมรรถนะในการ
จัดการโครงการให้สำเร็จ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 3) สมรรถนะในการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และสมรรถนะ
ของความสามารถในการทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 3.78 4) สมรรถนะของทักษะการ

ทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และ 5) สมรรถนะการทำงานอย่างเป็นระบบ และ สมรรถนะในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังของผู้ใช้แรงงานในอนาคตที่แรงงานในอนาคตมีในปัจจุบันที่ต้องการการพัฒนา 5 ลำดับแรกได้แก่ 1) สมรรถนะของทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 2) สมรรถนะความรู้ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 3) สมรรถนะในการแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ และ สมรรถนะด้านความรู้จักพื้นที่ล้าหน้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 3.43 4) สมรรถนะทักษะด้านการเจรจาต่อรอง และทักษะการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และ 5) ความต้องการที่จะรู้จักผู้คนใหม่ ๆ ผู้ร่วมงานใหม่ ๆ เครือข่ายใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59

สรุป สมรรถนะที่ต้องเสริมสร้างและพัฒนาของแรงงานในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ด้านความรู้ (K: Knowledge) ด้านทักษะ (S: Skill) และด้านทัศนคติ (A: Attitude) ได้แก่

1. สมรรถนะด้านทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ (K,S)
2. สมรรถนะความรู้ด้านการตลาด (K)
3. สมรรถนะในการแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ (A, K)
4. สมรรถนะด้านความรู้ในพื้นที่ล้าหน้าเป็นอย่างดี (K)
5. สมรรถนะด้านการเจรจาต่อรอง (S)
6. สมรรถนะด้านการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้า (S, K)
7. สมรรถนะในความต้องการจะแสวงหาเครือข่ายใหม่ ๆ (A)

ตำแหน่ง: ผู้ประสานงานตลาดการท่องเที่ยว

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	256	64

ชาย	144	36
รวม	400	100

ตาราง 4.11 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 64 และ 36 ตามลำดับ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
18 – 22	331	82.8
23 – 25	41	10.3
มากกว่า 25 ปี	28	7.0
รวม	400	100

ตาราง 4.12 แสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.12 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดนั้น มีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาได้แก่วงอายุระหว่าง 23 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.3 และมากกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปวช.	62	15.5
ปริญญาตรี	314	78.5
สูงกว่าปริญญาตรี	24	6.0
รวม	400	100

ตารางที่ 4.13 แสดงระดับการศึกษา

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงสุดในขณะนี้มีการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมีการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

สาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยว	229	57.3
การโรงแรม การบริการ	96	24.0
นิเทศศาสตร์	15	3.8
การจัดการ การตลาด	37	9.3
บริหารธุรกิจ		
ภาษา การสื่อสาร	15	3.8
อื่น ๆ	8	2.0
รวม	400	100

ตารางที่ 4.14 แสดงสาขาวิชาที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษา

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่สนใจในตำแหน่งงานผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยวมีการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีการศึกษาเกี่ยวกับการโรงแรมหรือการบริการ คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ การตลาด หรือบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.3 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาเกี่ยวกับสาขานิเทศศาสตร์และด้านภาษาหรือการสื่อสาร มีจำนวนที่เท่ากัน และคิดเป็นร้อยละ 3.8 ทั้งสองสาขา และศึกษาเกี่ยวกับศาสตร์หรือสาขาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ระดับของสมรรถนะ

สมรรถนะ	$\overline{(x)}$	S.D.	แปลผล
มีความรับผิดชอบ	3.81	0.676	มาก
ทักษะการทำงานเป็นทีม	3.53	0.799	มาก

สมรรถนะ	($\bar{x}$)	S.D.	แปลผล
ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	2.27	1.246	น้อย
มีความริเริ่มสร้างสรรค์	3.42	0.757	มาก
มีการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ	3.64	0.707	มาก
ทักษะการบริหารเวลา	3.72	0.618	มาก
ทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี	3.18	0.793	ปานกลาง
มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ล่านาเป็นอย่างดี	2.52	1.082	น้อย
ทักษะการเจรจาต่อรอง	2.27	1.235	น้อย
การจัดการโครงการให้สำเร็จ	3.46	0.738	มาก
แสวงหาความรู้เกี่ยวกับภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ	3.46	0.785	มาก
ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล	3.49	0.717	มาก
ความรู้เรื่องตลาดผู้บริโภค	3.28	0.528	ปานกลาง
ทักษะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า	2.42	1.183	น้อย
มีการทำงานอย่างเป็นระบบ	3.56	0.503	มาก
ต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ	3.90	0.741	มาก
รักษาจรรยาบรรณ	3.51	0.543	มาก
ทักษะในการประสานงาน	3.81	0.690	มาก
ความสามารถในการออกแบบโปรแกรมการ ท่องเที่ยว	3.40	1.033	ปานกลาง
ทักษะการขายและการส่งเสริมการขาย	3.50	1.067	มาก
ความสามารถในการจัดกิจกรรมพิเศษ	3.34	0.783	ปานกลาง
แสวงหาความรู้ใหม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.50	0.783	มาก
ความสามารถในการสื่อสารอ่านและเขียน ภาษาอังกฤษ	2.40	1.223	น้อย

ตาราง 4.15 แสดงระดับของสมรรถนะของแรงงานในตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยวการจัดการ
การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถูปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

สำหรับตารางที่ 4.5 แสดงระดับของสมรรถนะของแรงงานในตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนการ
จัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมของแรงงานในอนาคตในปัจจุบัน โดยมีเกณฑ์การแปลค่าของค่าเฉลี่ย (Mean)
ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับสมรรถนะมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับสมรรถนะมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับสมรรถนะปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับสมรรถนะน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับสมรรถนะน้อยที่สุด

สมรรถนะที่คาดหวังจากผู้ต้องการใช้แรงงานในอนาคตที่ทำการประเมินระดับสมรรถนะของแรงงานใน
อนาคตในปัจจุบันพบว่า สมรรถนะของแรงงานในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 14
สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะในการต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ แสวงหาเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 รองลงมาได้แก่ มี
ความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 มีทักษะในการบริหารเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 มีการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ
มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 มีทักษะการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่
3.53 มีการรักษารายาบรรณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 มีทักษะการขายและการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50
มีการแสวงหาความรู้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 มีทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่
3.49 สมรรถนะในการจัดโครงการให้สำเร็จ การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยที่
เท่ากันคือ 3.46 และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังของแรงงานในตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ ๆ ที่อยู่
ในระดับปานกลาง มีจำนวน 4 สมรรถนะ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้ ความสามารถในการ
ออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 ความสามารถในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) มีค่าเฉลี่ย
อยู่ที่ 3.34 มีความรู้เรื่องตลาดผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28 และสามารถทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี มีค่าเฉลี่ย
อยู่ที่ 3.18

สำหรับสมรรถนะที่คาดหวังที่แรงงานในอนาคตควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน สำหรับตำแหน่งผู้ประสานงาน
การตลาดท่องเที่ยว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะน้อยที่สุดได้แก่ ทักษะการเจรจาต่อรอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่

2.27 ทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันที่ 2.27 ความสามารถในการสื่อสารการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 ทักษะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.42 และมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ลำนนาเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.52

สรุป สมรรถนะที่ต้องเสริมสร้างและพัฒนาของแรงงานในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ด้านความรู้ (K: Knowledge) ด้านทักษะ (S: Skill) และด้านทัศนคติ (A: Attitude) ได้แก่

1. ทักษะการเจรจาต่อรอง (S, K)
2. ทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (S, K)
3. ความสามารถในการสื่อสารการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ (S, K)
4. ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (S, K)
5. ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ลำนนา (K)

บทที่ 5

อภิปรายผล และแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง” มีเป้าหมายที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่จะเป็นแรงงานในอนาคตของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ โดยงานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง
2. เพื่อทราบสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

ผลจากการวิจัย ได้ปรากฏเรียบเรียงในบทที่ 4 มีรายละเอียดของผลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้นำมาตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 ตามความต้องการแรงงานในอนาคตของกลุ่มภาคีเครือข่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง จนได้ตำแหน่งงานที่เป็นที่ต้องการ 3 ตำแหน่งพร้อมสมรรถนะที่คาดหวัง ได้แก่ 1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม 2) ผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร และ 3) ผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว ที่ทางภาคีเครือข่ายระบุว่าขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งเหล่านี้ หลังจากได้รับผลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 แล้ว คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเพื่อไปประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ โดยส่งแบบสอบถามไปสอบถามยังกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะเป็แรงงานในอนาคตของการเป็นบุคลากรในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง โดยมีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ซึ่งจะได้อธิบายในรายละเอียดต่อไป

5.1 สรุปประเด็นผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

5.1.1 ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม นิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

ผลจากการสนทนากลุ่มพบว่า ภาคีเครือข่ายหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) อันประกอบไปด้วยภาคีภาครัฐส่วนกลาง ภาคีภาครัฐส่วนท้องถิ่น ภาคีภาคเอกชน ภาคีภาคประชาคม และภาคีภาคประชาชน รับทราบว่าพื้นที่ของภาคีเครือข่าย ได้แก่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เป็นพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในปัจจุบัน แต่ไม่แน่ใจว่าระดับศักยภาพหรือสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในปัจจุบันเป็นเช่นไร แต่ได้ระบุถึงความคาดหวังในสมรรถนะของบุคลากรที่ต้องการเพื่อที่จะได้ร่วมขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ซึ่งประกอบไปด้วยสมรรถนะหลัก (Core Competency) สมรรถนะเชิงหน้าที่ (Functional Competency) โดยสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องการนั้น ต้องมีองค์ประกอบของความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สำหรับผู้ที่ต้องทำงานในด้านการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านความรู้ 2) สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 3) สมรรถนะด้านทัศนคติ 4) สมรรถนะด้านบริหารจัดการ และ 5) สมรรถนะด้านการแสวงหาเครือข่าย โดยสรุปดังนี้

1) ด้านความรู้ (Knowledge) จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม 2 ด้าน ได้แก่

(1) ความรู้เกี่ยวกับอุปสงค์ (Demand) ในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม เช่น ใครคือนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) ความรู้เกี่ยวกับอุปทาน (Supply) ในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม นอกจากความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบปกติทั่วไปแล้ว องค์ประกอบการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่ก็เป็นเรื่องสำคัญ ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ บริบท ความเป็นมา ภูมิปัญญา เรื่องเล่า ตำนาน มุขปาฐะ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพื้นที่ล้วนเป็นความรู้ที่ต้องการ นอกจากนี้ ความรู้เกี่ยวกับแหล่งที่พักแรม การเดินทาง เส้นทางคมนาคมขนส่ง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึก การจัดการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงการบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรในองค์กรตนเอง ก็เป็นสิ่งจำเป็นด้วย

(3) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จรรยาบรรณ สิทธิ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ความรู้ที่คาดหวังจากบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว สิทธิของนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณพึงมีของตัวบุคลากรเองด้วย

2) สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจากภาคีเครือข่ายทั้ง 5 ในพื้นที่ 3 จังหวัดเห็นพ้องต้องกันว่า บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ควรมีสมรรถนะต่อไปนี้

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1. มีความใฝ่รู้ | 2. มีความอดทนต่อภาวะกดดัน |
| 3. มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ | 4. มีทักษะทางสังคม |
| 5. มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการกิจใหม่ | 6. มีความฉลาด |
| 7. มีความมุ่งมั่นในงาน | 8. มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ |
| 9. ชอบความท้าทาย | 10. มีความจริงใจ |
| 11. มีการให้ความร่วมมือ | 12. มีการตัดสินใจที่ดี |
| 13. สามารถพึ่งพาได้ | 14. มีอำนาจในการตัดสินใจ |
| 15. มีความกระตือรือร้น | 16. มีความพยายาม ไม่ท้อถอยง่าย |
| 17. มีความมั่นใจในตัวเอง | 18. มีความรับผิดชอบสูง |
| 19. มีอัธยาศัยที่ดี | 20. มีไหวพริบดี |
| 21. มีความคล่องแคล่ว | 22. มีความสามารถในการชักจูง |
| 23. ยึดมั่นคุณธรรม | 24. ความเป็นผู้นำ |

3) สมรรถนะด้านทัศนคติ (Attitudes)

สำหรับสมรรถนะด้านทัศนคติที่ภาคีเครือข่ายทั้ง 5 ภาคี มองว่ามีความสำคัญมากที่สุดสำหรับบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้ 1) จิตสำนึกในการรักบ้านเกิด รักท้องถิ่น 2) การมองเห็นโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม 3) เจตคติที่ดีในการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม 4) การยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชน และ 5) มุมมองของเจ้าของพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว

4) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (Managerial competency)

สมรรถนะด้านการบริหารจัดการที่ภาคีเครือข่ายทั้ง 5 ภาคี เห็นด้วยว่าบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมต้องมีสมรรถนะในการจัดการ ได้แก่

1. สมรรถนะในการจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่
2. สมรรถนะในการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม
3. สมรรถนะในการบริหารจัดการพื้นที่การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม
4. สมรรถนะในการจัดพื้นที่ทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม
5. สมรรถนะในการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
6. สมรรถนะในการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยว
7. สมรรถนะในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพในพื้นที่
8. สมรรถนะในการบังคับใช้กฎหมาย

5) สมรรถนะในการแสวงหาเครือข่าย

การตระหนักในการแสวงหาเครือข่ายนั้น เป็นสมรรถนะที่สำคัญในการที่จะบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การมีเครือข่ายที่ดีนั้นจะทำให้การทำงานร่วมกัน การบูรณาการกับหน่วยงานให้ราบรื่นต่อไป

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจากภาคเครือข่าย 1) ภาครัฐส่วนกลาง 2) ภาครัฐส่วนท้องถิ่น 3) ภาคเอกชน 4) ภาคประชาคม และ 5) ภาคเอกชน โดยข้อมูลสมรรถนะที่คาดหวังจากบุคลากรในการจัดการ

การท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ออกเป็น 3 กลุ่ม อันประกอบด้วย 1) กลุ่มสมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge) 2) กลุ่มสมรรถนะด้านทักษะ (Skill) และ 3) กลุ่มสมรรถนะด้านทัศนคติ สรุปได้ดังนี้

1) กลุ่มสมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge)

- (1) สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์
- (2) สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ
- (3) สมรรถนะความรู้ในเรื่องกฎระเบียบและกฎหมายการท่องเที่ยว

2) กลุ่มสมรรถนะด้านทักษะ (Skills)

- (1) สมรรถนะในการใช้ภาษาต่างประเทศ
- (2) สมรรถนะในการสื่อสารระหว่างบุคคล
- (3) สมรรถนะในการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี
- (4) สมรรถนะในการจัดการโครงการให้สำเร็จ
- (5) สมรรถนะในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
- (6) สมรรถนะในการคิดเชิงวิเคราะห์
- (7) สมรรถนะในการคิดเชิงสร้างสรรค์

3) กลุ่มสมรรถนะด้านทัศนคติ (Attitudes)

- (1) สมรรถนะในความเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- (2) สมรรถนะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า
- (3) สมรรถนะในทัศนคติเชิงบวก
- (4) สมรรถนะในการเป็นมืออาชีพ (มีความมุ่งมั่น มีใจรักในงานที่ทำ มีวินัย มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ การจัดสรรเวลา การปรับตัวตามสถานการณ์ การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำ การมีทัศนคติที่ดีต่อการแสวงหาเครือข่าย)

จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการบุคลากรในการจัดการวัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์จากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและภาคีเครือข่ายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง เกี่ยวกับตำแหน่งงานที่ภาคีเครือข่ายต้องการในการมาทำงานและพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ซึ่งทางผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้กล่าวถึงความต้องการตำแหน่งงาน 3 ตำแหน่งงาน โดยเกี่ยวข้องโดยตรงกับภาคีเครือข่ายภาครัฐส่วนท้องถิ่น และภาคีเครือข่ายเอกชน เป็นหลัก และมีสมรรถนะที่คาดหวังอันได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 ได้แก่

- (1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- (2) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์และละคร
- (3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว

5.1.2 ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง ผลการวิจัยเชิงปริมาณนั้นถูกวิเคราะห์จากการสำรวจแรงงานในอนาคต โดยตำแหน่งงานที่ทำการสำรวจนั้น มาจากมุมมองและความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคีเครือข่าย อันจะเป็นผู้ใช้แรงงานในอนาคต (Demand Driven) โดยสรุปจาก 3 ตำแหน่งงานที่ต้องการ โดยแต่ละตำแหน่งงานนั้น ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซึ่งมีความสนใจในตำแหน่งงานดังกล่าว และมีอายุ 18 ปี ขึ้นไป ซึ่งแต่ละตำแหน่งงาน จะสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงาน ดังต่อไปนี้

- (1) ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 65 และเป็นเพศชายร้อยละ 35 โดยมีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 ซึ่งการศึกษาระดับสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 79.5 และสาขาศึกษา ได้แก่ สาขารัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ มากที่สุด ร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ สาขาการจัดการ การตลาด การบริหารธุรกิจ ร้อยละ 26.5

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับของสมรรถนะในทุกสมรรถนะอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยที่ 2.61 – 3.40) โดยสมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีค่าเกิน 3.00 ได้แก่ ทักษะการคิดเชิงระบบ (3.33) การแก้ไขปัญหาเฉพาะ

หน้า (3.30) ทักษะการจัดการ (3.20) การรักษาความลับขององค์กร (3.10) ทักษะการประสานงาน (3.08) และความรู้ในระเบียบราชการ (3.01)

สมรรถนะที่ต้องเสริมสร้างและพัฒนาของแรงงานในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ด้านความรู้ (K: Knowledge) ด้านทักษะ (S: Skill) และด้านทัศนคติ (A: Attitude) ได้แก่

1. สมรรถนะความรู้และทักษะเรื่องการใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์สื่อ (K,S)
2. สมรรถนะความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ลำนานา (K)
3. สมรรถนะในการใฝ่รู้ในการศึกษาข้อกำหนดระเบียบกฎหมายอยู่เสมอ (A)
4. สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ (S)
5. สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ (S, A)
6. สมรรถนะเกี่ยวกับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (A)
7. สมรรถนะในด้านความรู้ในการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ (K)

(2) ตำแหน่งผู้ประสานงานกองถ่ายทำภาพยนตร์และละคร

สำหรับแรงงานในอนาคตที่เป็นผู้สนใจในตำแหน่งนี้จำนวน 400 คน ผลปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 64.8 และ 35.3 ตามลำดับ โดยมีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี ร้อยละ 59.3 และอายุระหว่าง 23 – 25 ปี ร้อยละ 30.8 โดยมีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 96.5 และมีการศึกษาเกี่ยวกับสาขาวิทยาศาสตร์มากที่สุด ร้อยละ 67 และรองลงมา ได้แก่ สาขาการจัดการ การตลาด การบริหารธุรกิจ ร้อยละ 26

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมรรถนะแรงงานตามสมรรถนะที่คาดหวังอยู่ในระดับมาก (3.41 – 4.20) เป็นส่วนมาก สำหรับสมรรถนะที่อยู่ในระดับมาก 5 สมรรถนะแรกได้แก่ ได้แก่ 1) สมรรถนะในการยึดถือจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 2) สมรรถนะในการจัดการโครงการให้สำเร็จ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 3) สมรรถนะในการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และสมรรถนะของความสามารถในการทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 3.78 4) สมรรถนะของทักษะการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และ 5) สมรรถนะการทำงานอย่างเป็นระบบ และ สมรรถนะในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67

สมรรถนะที่ต้องเสริมสร้างและพัฒนาของแรงงานในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ด้านความรู้ (K: Knowledge) ด้านทักษะ (S: Skill) และด้านทัศนคติ (A: Attitude) ได้แก่

1. สมรรถนะด้านทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ (K,S)
2. สมรรถนะความรู้ด้านการตลาด (K)
3. สมรรถนะในการแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ (A, K)
4. สมรรถนะด้านความรู้ในพื้นที่ล้าหน้าเป็นอย่างดี (K)
5. สมรรถนะด้านการเจรจาต่อรอง (S)
6. สมรรถนะด้านการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้า (S, K)
7. สมรรถนะในความต้องการจะแสวงหาเครือข่ายใหม่ ๆ (A)

(3) ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดการท่องเที่ยว

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจจะเป็นแรงงานในอนาคตของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64 มีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี มากที่สุด ร้อยละ 82.8 และระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 78.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 57.3 รองลงมา ได้แก่ สาขาการโรงแรมและการบริการ ร้อยละ 24

ระดับของสมรรถนะของผู้ตอบแบบสอบถามมีหลากหลาย หลายระดับ โดย สมรรถนะของแรงงานในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 14 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะในการต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ แสวงหาเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 รองลงมาได้แก่ มีความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 มีทักษะในการบริหารเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 มีการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 มีทักษะการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53 มีการรักษาจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 มีทักษะการขายและการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 มีการแสวงหาความรู้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 มีทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 สมรรถนะในการจัดโครงการให้สำเร็จ

การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ 3.46 และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

และสมรรถนะของแรงงานในอนาคตที่ต้องเสริมสร้างและพัฒนาของแรงงานในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ด้านความรู้ (K: Knowledge) ด้านทักษะ (S: Skill) และด้านทัศนคติ (A: Attitude) ได้แก่

1. ทักษะการเจรจาต่อรอง (S, K)
2. ทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (S, K)
3. ความสามารถในการสื่อสารการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ (S, K)
4. ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (S, K)
5. ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ลุ่มนา (K)

อย่างไรก็ตาม สมรรถนะแต่ละตัวก็แสดงถึงสมรรถนะที่สำคัญของแต่ละกลุ่ม แต่สมรรถนะบางตัวแสดงถึงสมรรถนะในกลุ่มอื่น ๆ ได้ด้วยเช่นกัน เช่น สมรรถนะที่ไม่เพียงแต่เป็นสมรรถนะด้านความรู้แต่เป็นสมรรถนะด้านทักษะและสมรรถนะด้านทัศนคติด้วย ที่จะทำให้สมรรถนะตัวนั้นประสบความสำเร็จในงาน

5.2 การอภิปรายผล

จากบทที่ 2 ที่คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม พบว่า สมรรถนะนั้นคือศักยภาพของบุคลากรในการทำงานในตำแหน่ง อาชีพ ต่าง ๆ ที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการได้แก่ (1) ความรู้ (Knowledge) (2) ทักษะ (Skills) และ (3) ทัศนคติ (Attitudes) ซึ่งทำให้คนมีความสามารถในการทำงานและยังเป็นสมรรถนะที่องค์กรคาดหวังอีกด้วย

สำหรับสมรรถนะที่บุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปางที่ภาคีเครือข่าย หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการนั้นสำหรับแรงงานในอนาคตนั้น ประกอบไปด้วยสมรรถนะในกลุ่มทั้ง 3 กลุ่ม ดังกล่าว ซึ่งสมรรถนะในแต่ละกลุ่มสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้เช่นเดียวกัน มีดังต่อไปนี้

- (1) สมรรถนะที่ส่งเสริมการทำงานและทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ

สมรรถนะในกลุ่มนี้ จะเป็นสมรรถนะสำคัญที่ทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ อาจมาจากองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม หรือจากการเรียนรู้จากงาน

1. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม
2. ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม
3. ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. ความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง
5. ความรู้ในเรื่องขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว
6. ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
7. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการท่องเที่ยว
8. ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมอาชีพ
9. ความรู้เกี่ยวกับการตลาด
10. ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นที่ล้านนา
11. ความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคล
12. ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ
13. ความสามารถในการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี
14. ความสามารถในการคิดเป็นระบบ
15. ความสามารถในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
16. ความสามารถในการวิเคราะห์ วางแผนด้านงบประมาณ
17. ความสามารถในการวางแผนและจัดการ
18. ความรู้ด้านการตลาดและการส่งเสริมการตลาด
- (2) สมรรถนะที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

สมรรถนะนี้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นภายในองค์กร ระหว่างบุคคลอื่น และบุคคลภายนอก รวมไปถึงสมรรถนะความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ สมรรถนะที่ส่งผลต่อเพื่อนร่วมงาน

1. ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ความสามารถในการสื่อสารกับเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ความสามารถในการสื่อสารกับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ความสามารถในการเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง
5. ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า
6. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม
7. ความสามารถในการเป็นผู้นำ
8. ความสามารถในการสร้างเครือข่าย

(3) กลุ่มทัศนคติเกี่ยวกับตนเอง

สมรรถนะกลุ่มนี้จะเป็นทัศนคติที่แรงงานหรือบุคลากรมี ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยหรือแรงจูงใจหรือค่านิยมส่วนตัว อันจะส่งผลให้งานนั้นประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม สมรรถนะในกลุ่มทัศนคติเป็นสิ่งที่ปลูกฝังหรือปรับปรุงได้ยากกว่าสมรรถนะในกลุ่มอื่น ดังนั้น สมรรถนะกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญในแง่ของการทำงานโดยรวมให้มีประสิทธิภาพได้

1. มีความรับผิดชอบ
2. ความเป็นมืออาชีพ
3. มีความสามารถในการจัดการเวลา
4. มีความซื่อสัตย์และจริยธรรม
5. มีความอดทน
6. มีความสามารถในการปรับตัว
7. มีทัศนคติเชิงบวก

5.3 ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยนี้ สามารถนำเนื้อหาและผลการวิจัย ให้หน่วยงานต่าง ๆ ไปใช้ได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสามารถขับเคลื่อนและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมในประเทศไทย อาจเกิดขึ้นได้และสามารถมีการบูรณาการในหลายฝ่าย หลายภาคี เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะต่อกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งรับผิดชอบในการพัฒนามาตรฐานอุปทานทางการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์เป็นแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อปรับปรุงสมรรถนะของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยเฉพาะหมวดความรู้ รวมไปถึงการถ่ายทอดสมรรถนะที่ต้องการในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำสมรรถนะต่าง ๆ ของบุคลากรหลังจากการพัฒนาแล้วไปส่งเสริมภาพลักษณ์และการดึงดูดนักท่องเที่ยววัฒนธรรมมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

ข้อเสนอแนะต่อกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม(อว.) ด้านการพัฒนามาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เกี่ยวกับตำแหน่งงานทั้ง 3 ตำแหน่งตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่ที่ต้องการ ซึ่งปัจจุบันกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา มักจะครอบคลุมกลุ่มสมรรถนะหลักที่ต้องการที่อยู่ในกลุ่มการส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพอยู่แล้ว ดังที่ปรากฏในรายวิชาพื้นฐาน รายวิชาเฉพาะ และรายวิชาเลือก แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อให้หลักสูตรที่เกี่ยวข้องในการสร้างความพร้อมและเตรียมสมรรถนะแก่แรงงานในอนาคตของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม ควรมีการทบทวนกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (มคอ.1) โดยเพิ่มเติมในกลุ่มสมรรถนะที่ส่งเสริมให้การทำงาน และองค์กรมีประสิทธิภาพ 2) สมรรถนะเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล และ3) ทักษะเกี่ยวกับตนเอง โดยทบทวนเนื้อหา รายวิชา กระบวนการเรียนการสอน กลยุทธ์ในการประเมินการสอน อาจเป็นการปรับปรุงรายวิชา หรือพิจารณาเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ กลุ่มความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มการแสวงหาเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มทัศนคติเกี่ยวกับการมองตนเอง รวมไปถึงการเพิ่มลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์

ข้อเสนอแนะต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาจปรับประยุกต์ให้เป็นกรอบหน้าที่หรือเป็นแผนพัฒนาบุคลากรในเชิงรุก การปรับปรุงตำแหน่ง ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ หรือบรรจุเป็นแผนในการพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่เพื่อตอบสนองต่อการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ข้อเสนอต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ข้อเสนอต่อกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ควรเน้นประเด็นเรื่องการพัฒนาสมรรถนะฝีมือแรงงานให้เข้ากับความต้องการและความคาดหวังของผู้ต้องการใช้แรงงานในอนาคต และ กระทรวงวัฒนธรรม ควรนำประเด็นในการสร้างความเข้าใจร่วมกันกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการบูรณาการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย

ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน

ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ สามารถเป็นแนวทางให้แก่สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว โรงแรม การจัดการประชุมและนิทรรศการ รวมไปถึงผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิง ได้ใช้เป็นกรอบในการประเมินสมรรถนะเบื้องต้นในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน หรือเป็นกรอบในการสร้างแผนการเรียนรู้แก่บุคลากรในเชิงรุก แผนในการสร้างการเรียนรู้ให้แก่บุคลากรนั้น ต้องพิจารณาจากว่าองค์กรต้องการสิ่งใดเป็นหลักในการพัฒนาบุคลากรในสมรรถนะ 3 กลุ่ม 1) สมรรถนะด้านความรู้ 2) สมรรถนะด้านทักษะ หรือ 3) สมรรถนะด้านทัศนคติ ซึ่งผลจากการวิจัย ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มาจากภาคีเครือข่ายภาคเอกชนให้ความเห็นว่า “ทัศนคติ” เป็นสิ่งเฉพาะบุคคลที่สร้างได้ยากกว่าสมรรถนะในด้านความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญ

นอกจากการปลูกฝังในเรื่องทัศนคติตั้งแต่เยาวชนแล้ว การเสริมพลังในการปรับปรุงทัศนคติโดยเฉพาะทัศนคติเกี่ยวกับตนเองอาจต้องใช้วิธีการโดยผ่านการอบรมต่าง ๆ ซึ่งรูปแบบการอบรมและกิจกรรมอาจมีความแตกต่างกันในบริบทของสถานประกอบการ ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน อาจจะต้องมีนโยบายการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาแรงงานในอนาคตที่อาจจะได้ทำงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้บัณฑิตที่ตรงตามความต้องการตามสมรรถนะ คุณสมบัติ คุณลักษณะ และศักยภาพที่คาดหวัง ส่งผลให้ประเทศไทยมีบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีคุณภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ

บรรณานุกรม

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว. (2560). คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพมหานคร

เกษมศักดิ์ สิงห์เดช. (2551). “การพัฒนาใบกำหนดหน้าที่งานตามหลักสมรรถนะของสายงานบุคลากรกรมราชทัณฑ์.” สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล สำนักงาน ก.พ.

คู่มือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว. (2557). กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (สำเนา)

จิรพงศ์ เรืองกุล และวิทยา นามเสาร์ (2563). สมรรถนะผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2563

จิรประภา อัครบวร. (2549). สร้างคนสร้างผลงาน. กรุงเทพฯ :ก. พลพิมพ์.

จิรัชญา พัดศรีเรือง. (2555). “ตัวบ่งชี้สากลของการนิเทศโรงเรียน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2555). “คุณภาพบริการ: ความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในธุรกิจโรงแรม.” วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 18, 4 (ตุลาคม-ธันวาคม): 37-77

ชูชัย สมितिไกร. (2550). การฝึกอบรมบุคลากรในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

ชญญา ตันสกุลและกัญญามน กาญจนาทวิกุล. (2563). การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการตามกรอบอาเซียนของสถานประกอบการเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2563

ชัยยง ชัยเจริญทวีกิจ และกฤษ จรินทร์. (2558). “สมรรถนะของผู้จัดการบริษัทธุรกิจนำเข้าในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.” วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์ 10, 1 (มกราคม – มิถุนายน): 91-106

ณรงค์ พลรักษ์และปริญญา นาคปฐม. (2563). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยบูรพา

ณรงค์วิทย์ แสันทอง. (2546).การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ภาคปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : เอช อาร์ เซ็นเตอร์.

_____. (2547). มารูจัก COMPETENCY กันเถอะ. กรุงเทพฯ : เอช อาร์เซ็นเตอร์.

_____. (กรกฎาคม -กันยายน 2549). “Competency กับ KPI สัมพันธ์กันอย่างไร ในระบบประเมินผลงานสมัยใหม่,” ดำรงราชานุภาพ. 6(20): 79.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552) ชุดโครงการ "วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2552". สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว:กรุงเทพฯ.

นภาพร จันทร์ฉาย และคณะ. (2558). “การประเมินคุณภาพบัณฑิตระดับปริญญาตรี หลักสูตรอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552.” วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 11, 1 (มกราคม - เมษายน): 181-196

นิสตาร์ก เวชยานนท์. (2549). Competency Based Approach. กรุงเทพมหานคร: กราฟิक्सเต็มส์

ประมา ศาสตระจุจิ. (2550). “การพัฒนาเกณฑ์สมรรถนะในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน.” นิตยสาร สสวท. 35, 148 (พฤษภาคม - มิถุนายน) : 78-80

ปวีณิธย์ มากแก้ว. (2557). “การศึกษาด้านความสามารถและทักษะในการทำงาน ด้านการบริการที่ดีด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร.” ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พงศธร ลิมนเวทย์สกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2559). “คุณลักษณะของบุคลากรในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ.” Veridian E-Journal 9, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม): 888-897

พิมพ์กานต์ ไชยสังข์. (2546). “สมรรถนะของพนักงานในบริษัทที่ปรึกษาด้านบัญชีและการเงินแห่งหนึ่ง”, ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาวิชา อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (สำเนา)

ภรณ์ กิริติบุตร. (2529). การประเมินประสิทธิผลขององค์การ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนส์ไตร์.

ภาณุ อารี. (2563). E-learning การอบรมเข้มเสริมประสบการณ์มหาบัณฑิตการบริการกิจการเพื่อการสื่อสาร 16724 บทสัมภาษณ์คุณภาณุ อารี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [online: https://media.stou.ac.th/view_video_1018.php?act=e_learning&vid=10809]

ภรณ์ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2557). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี (Suranaree Journal of Social Science), 6(1), 91-109.

ภุริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติ สำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 33(2), 331-366.

มารดาร์ตน์ สุขสง่า. (2554). “ขีดความสามารถหลักที่พึงประสงค์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์กรชั้นนำในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน).” รายงานการวิจัยทุนมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

มติชนออนไลน์. (2559). 5 จังหวัดกลุ่มล้านนา เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา จับมือสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. จาก https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_394048

เรชา ชูสุวรรณ. (2550). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุสิต บัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธรและกัญญากาญจน์ ไชเออร์ส. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนะของนักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. Vol.10 No.22

รังสรรค์ ธนพรพันธุ์. (2564). ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่มที่ 2. [online: <http://www.rangsun.econ.tu.ac.th/>]

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). เอกสารบทความเรื่องหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

วันเพ็ญ ผ่องกาย. (2550). “การพัฒนาตัวบ่งชี้สำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ของเขตพื้นที่การศึกษา.” วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น 3, 1: 57-63

สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. (2548 ก) . แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency. กรุงเทพฯ : ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนซ์จำกัด (มหาชน)

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุมา เตพลกุล, และธีระ สันเดชารักษ์. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ร่วมกับ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องสมรรถนะของข้าราชการ

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์. (2552). Competency Development Roadmap (CDR). กรุงเทพฯ. บริษัทเอช อาร์ เซ็นเตอร์.

Baird, L.S., Post, J.E. and Mahan J. F..1990. Management: Functions and Responsibilities. NewYork: Harper and Row, Publisher, Inc.

Boyatzis, R.E. (1982). The Competent Manager: A model of Effective Performance. New York : John Wiley and Sons Inc.

_____. (1999). Clustering Competence in Emotional Intelligence: Insights from the Emotional Competence inventory (ECI). Retrieved December 10 , 2005 , From www.ei.haygroup.com/resources/Library_articles.

- Burstein, L., et al. (1992). "Education Indicators." *Encyclopedia of Education Research* 2: 410-418
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3d ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of Psychology Testing*. 5th ed. New York: Harper Collins Publishers Inc.
- Daniel William Mackenzie Wright, David Jarratt and Emma Halford (2021) The Twilight Effect, post-film tourism and diversification: the future of Forks, WA, *Journal of Tourism Futures*, 1-18.
- Gallie, D., et al. (2012). "Teamwork, skill development and employee welfare." *British Journal of Industrial Relations* 50, 1: 23-46.
- J.R. Brent Ritchie, Geoffrey I. Crouch (2010) A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives, *Brazilian Public Administration Review*, 44(5), 1049-1066.
- Justyna Bakiewicz, Anna Leask, Paul Barron, Tijana Rakic (2017) Management challenges at film-induced tourism heritage attractions, *Tourism Planning and Development*, 14(4)
- Khan, N. A. (2008). "Human Resource Development in Tourism Industry in India: A Case Study of Air India Ltd., New Delhi." *El Periplo Setentable* 14: 89-116.
- McClelland, D. C. (1970). The two faces of power. *Journal of International Affairs*, 24, 29-47.
- McLagen, P.A. (1997). "Competencies: the next generation." *Training & development* 51, 5: 40-48
- Mohd Hafiz Hanafiah and Muhammad Izzat Zulkifly (2019) *International Business Journal*, 29(5), 592-621.
- Neeraj, K. J., and Rajib, L.D. (2015). "Transformational Leadership, Innovation Climate, Creative Self-efficacy and Employee Creativity: A Multilevel Study." *International Journal of Hospitality Management* 51; 30-41

Nekrasova, V., and Baeva, V. (2015). "The concept of human resources corporate developing as a factor of labor performance growth." *Ejemjournal* 2, 2: 108-141.

Nouri, R., et al., (2015). "Social context: key to understanding culture's effects on creativity." *Journal of Organization Behavior* 36, 7: 889-918

Puteh, F., et al., (2016). "Employee core competencies and organizational excellence an interpretative analysis." *Australian Journal of Business and Economic Studies* 2, 1: 45-55

Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Local Development* in Wurzbürger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International*.

Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: the state of the art*. *Annals of Tourism Research* 38: 1225-1253.

Spencer, L.M. and Spencer, S.M. (1993) *Competence at Work: Models for Superior Performance*. John Wiley & Sons, New York.

ภาคผนวก

แบบสอบถามงานวิจัย

โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นและวัดสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง ซึ่งผลที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพื้นที่ ฯ ต่อไป โดยแบบสอบถามมี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา วุฒิการศึกษา ความต้องการในการทำงานในอนาคต

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของแรงงานในอนาคต ต่อตัวชี้วัดสมรรถนะเฉพาะงานที่พัฒนาขึ้นจากตำแหน่งงานที่ต้องการจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คณะผู้วิจัย ขอรับรองว่าจะเก็บรักษาคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ ผลที่ได้จะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด และจะเผยแพร่ผลในภาพรวมเท่านั้น และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามของท่านเป็นอย่างยิ่ง มา ณ โอกาสนี้

ดร.กิตติกาญจน์ กาญจนะคุหะ

หัวหน้าโครงการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หรือเติมคำลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ ☐ 1.1 ชาย ☐ 1.2 หญิง
2. อายุ ☐ 2.1 น้อยกว่า 18 ปี ☐ 2.2 18 – 22 ปี
☐ 2.3 23 – 25 ปี ☐ 2.4 มากกว่า 25 ปี
3. วุฒิการศึกษาในปัจจุบัน ☐ 3.1 มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย
☐ 3.3 ปวช. ☐ 3.4 ปวส.
☐ 3.5ปริญญาตรี ☐ 3.6 สูงกว่าปริญญาตรี
4. สาขาวิชาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ ☐ 4.1 การท่องเที่ยว ☐ 4.2 การโรงแรม, การบริการ
☐ 4.3 นิเทศศาสตร์ ☐ 4.4 การจัดการ, การตลาด
☐ 4.5 รัฐประศาสนศาสตร์ ☐ 4.6 ภาษา, การสื่อสาร
☐ 4.7 อื่น ๆ โปรดระบุ
5. ความประสงค์ในการทำงานในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
 ลำพูน และลำปาง ☐ 5.1 ประสงค์ ☐ 5.2 ไม่ประสงค์

หมายเหตุ

หากท่านตอบ ☒ 5.2 ไม่ประสงค์ แบบสอบถามจะสิ้นสุดตรงนี้ ขอขอบพระคุณ

6. หน่วยงานที่ท่านประสงค์จะทำงานการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง (ท่านสามารถเลือกได้ตำแหน่งเดียว)

☐ 6.1 องค์การภาครัฐ (หน่วยงานราชการ, อบจ., อบต.)

กรุณาตอบต่อ ตอนที่ 2 ตำแหน่งนักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิคม

- ☐ 6.2 องค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนิยม (ภาพยนตร์, ละคร, กองถ่าย, ความบันเทิงอื่น ฯลฯ)

กรุณาตอบต่อ ตอนที่ 2 ตำแหน่ง ผู้ประสานงานกองถ่าย

- ☐ 6.3 องค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยว, โรงแรม, ขนส่ง, ภัตตาคาร ฯลฯ)

กรุณาตอบต่อ ตอนที่ 2 ตำแหน่งผู้ประสานงานการตลาดท่องเที่ยว

- ☐ 6.4 หน่วยงานหรือองค์กรอื่น โปรดระบุ

หากท่านตอบ ☒ 6.4 แบบสอบถามจะสิ้นสุดเท่านี้ ขอขอบพระคุณ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับสมรรถนะของแรงงานในอนาคตในด้านการจัดการการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

คำชี้แจง

โปรดอ่านข้อความแต่ละข้ออย่างรอบคอบแล้วทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงกับระดับสมรรถนะของท่านมากที่สุด แต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

- | | | |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | ตัวชี้วัดสมรรถนะนี้ ท่านมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ <u>มากที่สุด</u> |
| 4 | หมายถึง | ตัวชี้วัดสมรรถนะนี้ ท่านมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ <u>มาก</u> |
| 3 | หมายถึง | ตัวชี้วัดสมรรถนะนี้ ท่านมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ <u>ปานกลาง</u> |
| 2 | หมายถึง | ตัวชี้วัดสมรรถนะนี้ ท่านมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ <u>น้อย</u> ท่านจึงต้องการการพัฒนา |
| 1 | หมายถึง | ตัวชี้วัดสมรรถนะนี้ ท่านมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ <u>น้อยที่สุด</u> ท่านจึงต้องการการพัฒนาอย่างเร่งด่วน |

คำอธิบาย

สมรรถนะ หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของบุคคลที่แสดงออกด้วยวิธีคิดและพฤติกรรมในการทำงาน รวมไปถึงความสามารถซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานและมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง อันจะทำให้งานนั้นประสบความสำเร็จตามมาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐานที่หน่วยงานหรือองค์กรกำหนดไว้

ข้อ	สมรรถนะ	ระดับของสมรรถนะ					ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
	ตำแหน่ง นักนโยบายและแผนการจัดการการท่องเที่ยว วัฒนธรรมนิยม						
	สมรรถนะทั่วไป (Generic Competency)						
1	ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ ล้านนา						
2	ความรู้พื้นฐานในการใช้เครื่องมือสื่อทางเทคโนโลยี (เช่น Application ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์งานและ โครงการ)						
3	การสื่อสารภาษาอังกฤษ						
4	ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์						
5	ทักษะคิดเชิงระบบ						
6	ทักษะการจัดการ						
7	การรักษาความลับขององค์กร						
8	การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า						
9	ทักษะการประสานงาน						

ข้อ	สมรรถนะ	ระดับของสมรรถนะ					ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
	<i>สมรรถนะหลัก (Core Competency)</i>						
10	ความรู้ในระเบียบราชการ						
11	ความรู้ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยม						
12	การส่งเสริมการท่องเที่ยว						
13	การทำงานเป็นทีม						
14	การสื่อสารระหว่างบุคคล						
	<i>สมรรถนะในการทำงาน (Functional Competency)</i>						
15	ความสามารถในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) เริ่มตั้งแต่ คิดโครงการ วางแผน ดำเนินการ สรุป						
16	ทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ การคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) จัดเป็นพื้นฐาน ความสามารถทางการคิดประการ หนึ่งของมนุษย์ หมายถึง ความสามารถในการหาวิธีการหรือทางเลือกที่ดี ที่สุด ภายใต้สภาวะต่าง ๆ เพื่อ บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ						
17	การจัดการประชุม วางแผนการจัดประชุม ประสานงานผู้ เข้าประชุม ดำเนินการ จัดการงบประมาณ สรุป						
18	ทักษะการปฏิสัมพันธ์กับคนหมู่มาก การทำงานกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน						
19	ศึกษาข้อกำหนดระเบียบ กฎหมาย อยู่เสมอ						

ข้อ	สมรรถนะ	ระดับของสมรรถนะ					ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
20	ความรู้ ความเข้าใจ ในการรักษาทรัพยากรให้ยั่งยืน						
	ตำแหน่ง ผู้ประสานงานกองถ่าย						
	สมรรถนะทั่วไป (Generic Competency)						
1	มีความอดทน						
2	การทำงานเป็นทีม						
3	การทำงานอย่างเป็นระบบ						
4	การรู้จักพื้นที่ล่านาเป็นอย่างดี						
5	ต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ ผู้ร่วมงานใหม่ ๆ เครือข่ายใหม่ ๆ						
	สมรรถนะหลัก (Core Competency)						
6	ทักษะการเจรจาต่อรอง						
7	การแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐ ภาคเอกชน อยู่เสมอ						
8	ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ						
9	ความรู้ด้านการตลาด โฆษณา และประชาสัมพันธ์						
10	ทักษะการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า						
11	การปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน						
12	ยึดถือจรรยาบรรณ						
13	มีความคิดสร้างสรรค์ ในการริเริ่มสิ่งใหม่						

ข้อ	สมรรถนะ	ระดับของสมรรถนะ					ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
14	สามารถทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี						
	สมรรถนะในการทำงาน (Functional Competency)						
15	การจัดการโครงการ (Project Management) การจัดการโครงการตามที่กำหนด ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ใช้งบประมาณตามที่วางแผนไว้						
16	ทักษะการปฏิสัมพันธ์กับคนหมู่มาก การทำงานกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน						
	ตำแหน่ง ผู้ประสานงานตลาดท่องเที่ยว						
	สมรรถนะทั่วไป (Generic Competency)						
1	มีความรับผิดชอบ						
2	ทักษะการทำงานเป็นทีม						
3	ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ						
4	มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์						
5	มีการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ (เทรนด์ กระแส ข่าวสาร เทคโนโลยี)						
6	ทักษะการบริหารเวลา						
7	ทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี						
8	มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ล่านาเป็นอย่างดี						

ข้อ	สมรรถนะ	ระดับของสมรรถนะ					ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
	<i>สมรรถนะหลัก (Core Competency)</i>						
9	ทักษะการเจรจาต่อรอง						
10	การจัดการโครงการ (Project Management) การจัดการโครงการตามที่กำหนด ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ใช้งบประมาณตามที่วางแผนไว้						
11	การแสวงหาความรู้ในเรื่องของภาครัฐ ภาคเอกชน อยู่เสมอ						
12	ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล						
13	ความรู้เรื่องตลาดผู้บริโภค (Consumer Behavior)						
14	ทักษะในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า						
15	มีการทำงานอย่างเป็นระบบ (กระบวนการทำงาน)						
16	ต้องการรู้จักคนใหม่ ๆ ผู้ร่วมงานใหม่ ๆ เครือข่ายใหม่ ๆ						
17	รักษาจรรยาบรรณ						
	<i>สมรรถนะในการทำงาน (Functional Competency)</i>						
18	ทักษะในการประสานงาน						
19	ความสามารถในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว						
20	ทักษะการขาย และการส่งเสริมการขาย						
21	ความสามารถในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) เริ่มตั้งแต่คิดโครงการ วางแผน ดำเนินการ สรุป						

ข้อ	สมรรถนะ	ระดับของสมรรถนะ					ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
22	แสวงหาความรู้ใหม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสิ่งที่เกี่ยวข้อง อยู่เสมอ						
23	ความสามารถในการสื่อสาร อ่านและเขียนภาษาอังกฤษ						

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ที่นอกเหนือจากสมรรถนะที่กล่าวมา

.....

.....

แบบสัมภาษณ์

การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ใน วิถีปกติใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง(Semi-structure Interviews) นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดและประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาตัวชี้วัดในการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง 2) ประเมินสมรรถนะของบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในวิถีปกติใหม่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ _____ ปี
3. อายุการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมในพื้นที่ ฯ _____ ปี
4. ระดับการศึกษา ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก
5. ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน _____ (ระบุ)

ประเด็นคำถามแนวทางการให้สัมภาษณ์

ท่านคิดว่า ความหมาย คุณลักษณะ คุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของสมรรถนะต่อไปนี้ ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ควรเป็นอย่างไร

1. ด้านความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์

มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ..... และควรมีอะไรบ้าง
2. ด้านความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ..... และควรมีอะไรบ้าง
3. ด้านทักษะการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ..... และควรมีอะไรบ้าง
4. ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลในการเป็นผู้จัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ..... และควรมีอะไรบ้าง
5. ด้านพฤติกรรมที่องค์กรหรือหน่วยงานจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์คาดหวัง มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ..... และควรมีอะไรบ้าง
6. ท่านมีแรงจูงใจหรือเจตคติต่อการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์อย่างไร
7. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์อย่างไร
8. เรื่องการยึดมั่นคุณธรรม (ซื่อสัตย์ สุจริต รักษาสัจจะ ซื่อตรงต่อหน้าที่ มีความยุติธรรม ไม่เอาเปรียบเอาเปรียบฯ) มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
9. เรื่องความรับผิดชอบในงาน (มุ่งมั่น พยายาม ไม่ละทิ้งงาน ไม่เกี่ยงงาน ไม่หลีกเลี่ยงงาน ฯ) มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
10. เรื่องการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (การมีเป้าหมายเพื่อให้งานสำเร็จ มีพลังมุ่งมั่น มีความพยายามเพื่อความสำเร็จ มีการตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขอยู่ตลอดเวลา) มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
11. เรื่องการทำงานเป็นทีม (มีความต้องการ มีความเต็มใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในงาน มีความรู้สึกที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของงาน ร่วมแรงร่วมใจในการทำงาน มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ฯ)

มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
12. เรื่องการวางแผนอย่างเป็นระบบ (มีศักยภาพที่จะวางแผน มีความพยายามที่จะวางแผนในการทำงาน มีความเข้าใจปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในงาน มีความสามารถที่จะวิเคราะห์คาดการณ์ถึงงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มีความสามารถที่จะตรวจสอบข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ของงานได้ ฯ มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
13. เรื่องแรงขับภายใน (ที่รู้สึกว่าคุณเองชื่นชอบ และปรารถนาที่จะทำงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชื่อว่าคุณเองมีแรงกระตุ้น มีความพร้อมที่จะทำงาน และมีความเชื่อว่าตนเองมีพลังที่จะขับเคลื่อนงานนี้ให้ก้าวไปข้างหน้า) มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
14. เรื่องความเข้าใจผู้อื่น (เข้าใจว่าผู้อื่นไม่เหมือนเรา ไม่สามารถคาดคั้นให้เขาเหมือนกับเราแต่ทำงานร่วมกันได้ รู้จักศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ และไว้วางใจผู้อื่น รู้สึกเห็นอกเห็นใจ) มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
15. เรื่องการให้อำนาจแก่ผู้อื่น (มีความเชื่อมั่นในความสามารถในการทำงานของผู้อื่นเช่นเดียวกับตน มีการแบ่งงานที่มีความสำคัญและความหมายต่อบุคคลในหน่วยงานให้กับผู้อื่นได้ทำด้วย มีการแบ่งงานให้ผู้ร่วมงานทำอย่างยุติธรรม โดยไม่มีการกลั่นแกล้งหรืออิจฉาริษยา) มีความสำคัญ /มีความจำเป็น (มาก/น้อย) เพราะ.....
16. นอกจากเรื่องต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้ว ท่านเห็นว่าเรื่องใดที่มีความสำคัญหรือจำเป็นต่อสมรรถนะการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมนิยมเชิงสร้างสรรค์ หรือคุณสมบัติที่พึงมี พึงปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่การทำงานหรือมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กรุณาบอกด้วย เรื่อง.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัย