

เศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์*

SUSTAINABLE TOURISM ECONOMY: DEVELOPING HUMAN CAPITAL CAPABILITIES



ภาคชуда พูนสุวรรณ, อรพิน ตันติวิรุฬห์

Pakchuda Poonswan, Orapin Tantivirun

นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

Corresponding Author E-mail: pakchuda.psw@gmail.com

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีความสำคัญกับเศรษฐกิจในระดับต้น ๆ ของรายได้ประเทศ ภาวะการณ์ที่มีโควิด 19 ระบาดทำให้การท่องเที่ยวได้ผลกระทบ แต่เศรษฐกิจของประเทศยังต้องอาศัยการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นเหตุให้ต้องมีการพัฒนาทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงของโลก ที่มีลักษณะการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และไทยยังมีศิลปวัฒนธรรมที่มีคุณค่า บุคลากรเป็นทุนมนุษย์ทางการท่องเที่ยวที่จะต้องส่งเสริมและฝึกอบรมให้มีศักยภาพพร้อม โดยเฉพาะการฝึกฝนและเพิ่มทักษะให้มีความสามารถพร้อมในการแข่งขันกับนานาชาติ ประเทศ เช่น ทักษะทางการสื่อสารภาษาต่าง ๆ การให้บริการด้วยใจมีมิตรไมตรี และการปรับปรุง การเดินทางที่สะดวก ปลอดภัย ในการใช้ยานพาหนะสาธารณะมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว อีกทั้งช่วยให้การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติและวิถีชีวิตยังสามารถทำรายได้แก่ท้องถิ่น รักษาวัฒนธรรมและขายสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นได้อีกด้วย การพัฒนาทุนมนุษย์มีการครอบคลุมทั้งสามมิติคือ มิติทางด้านสิ่งแวดล้อม มิติทางด้านเศรษฐกิจสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และมิติทางด้านสังคม เหตุนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาบุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งสิ้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน; ศักยภาพ; ทุนมนุษย์

Abstract

Thailand's tourism industry is of prime importance to the economy. The situation of the country's income has affected by the COVID-19 pandemic. Anyhow, the country's economy still relies on sustainable tourism. This causes human capital to be developed in line with the changing circumstances of the world. The environmental conservation characteristics have been also valuable arts and culture. Personnel are the human capital of tourism that must be promoted and trained to have full potentials. Especially training to have the ability to have service-mild skills to compete with other countries. Such as communication skills in different languages, providing services with friendly heart and improvement convenient and safe travelling in using public vehicles with thorough and rapid publicity. It also allows tourism based on natural resources and way of life to generate income for the local people to reserve the culture and sell local handicrafts as well. Human capital development covers three dimensions: environmental dimensions, the economic dimension creating a good quality of life and social dimensions. For these reasons, sustainable tourism development is based on the development of all people working in the tourism industry.

Keywords: Sustainable Tourism; Potential; Human Capital

บทนำ

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ของประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีที่รัฐบาลประกาศวิสัยทัศน์ประเทศคือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งมีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดรายได้จากตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 ประมาณ 46,020.08 ล้านบาทก่อนโควิด 19 ระบาด มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 39.91 ล้านคน เพิ่มขึ้นประมาณ 4.55 % จากปี 2560 ดังนั้นเมื่อสถานการณ์โควิด 19 ระบาดจึงมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง มีผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงถึง 98 % (สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN), 2558) แต่เมื่อมีการใช้วัคซีนในปี พ.ศ. 2565 และการแพร่ระบาดลดลง สามารถควบคุมสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ได้ จึงมีการฟื้นฟูและเตรียมให้การท่องเที่ยวของไทยให้มีความพร้อมและภาครัฐ

ต้องการให้การท่องเที่ยวกลับมาเป็นตัวฟื้นฟูเศรษฐกิจจึงต้องมีการปรับตัวกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม

เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีศักยภาพจากกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวชิมอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Maritime Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อจัดพิธีแต่งงานหรือฮันนีมูน (Wedding & Honeymoon Tourism) การท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism) เป็นต้น โดยอาศัยศักยภาพทั้งในด้านสถานที่ธรรมชาติอันเป็นทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ทักษะฝีมือไม่ว่าจะเป็นหัตถกรรม อาหาร ความมีอัธยาศัยน้ำใจไมตรี เอื้อเฟื้อและที่สำคัญคือการให้บริการจากบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่น่าประทับใจจากคุณภาพอ่อนน้อมและมีรอยยิ้มในงานบริการ

การสร้างความปลอดภัยเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การทำให้การท่องเที่ยวเป็นเอกลักษณ์และคงไว้ซึ่งความเป็นไทย และมีผลต่อความเป็นอยู่และการนำทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพัฒนาจากแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) (Butler, 1999) The World Tourism Organization (1995) ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ต้องให้ความสำคัญความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือในที่นี้คือชุมชนท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันนั้นต้องช่วยปกป้องและเพิ่มโอกาสในอนาคต จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมดในทางที่ความต้องการในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและความสุขของนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับการเติมเต็มโดยยังคงรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและธรรมชาติ”

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นผลผลิตขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐและภาคเอกชน อันเป็นความสมดุลของความต้องการความสุขของนักท่องเที่ยวจากสิ่งแปลกใหม่และความพึงพอใจของคนท้องถิ่น ที่ยังคงรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมทั้งหมดมีความสอดคล้องกันจึงจะเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเกิดขึ้น ดังนั้น การพัฒนาทุนมนุษย์จึงมีความสำคัญยิ่งเพราะไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใดก็เป็นการให้บริการและการใช้ทักษะความรู้ ความสามารถของมนุษย์ทั้งสิ้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)

หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่รวมธุรกิจหลายประเภทเข้าด้วยกัน อาศัยแรงงานและการลงทุนสูงใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์กร การควบคุมและการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศ ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการกีฬาแคมป์ปิ้ง ธุรกิจการดำเนินงานจัดแสดงนิทรรศการ ออกบ้าน งานแสดง โฆษณา จัดแสดง

คอนเสิร์ต โดยมีการเดินทางท่องเที่ยว (นิตยา ชัชกุล, 2550) บทบาทของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทย มีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของประเทศอย่างกว้างขวาง ตามความสัมพันธ์ที่จะกล่าวโดยสังเขปดังนี้

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ
2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ
5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น
6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพสัมพันธ์ไมตรี และความเข้าใจอันดี
7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม
8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นตัวสินค้าที่ระลึกหรือหัตถกรรมพื้นบ้าน
9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือชนบทเกิดความรัก ความภาคภูมิใจในถิ่นเกิดและประเทศ
10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี

การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในการพัฒนาทุนมนุษย์ พบว่ามีความโดดเด่นด้านจิตวิทยาการบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย ส่วน จุดอ่อน ได้แก่ทักษะด้านภาษา ระบบการจ่ายเงินดูคลุมเครือมากกว่าประสบการณ์ ทำให้ไม่สามารถก้าวหน้าในอาชีพการพัฒนาทุนมนุษย์ทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คือ 3A's 1M ที่ประกอบด้วยทัศนคติในการทำงาน (Attitude) การใส่ใจลูกค้า (Attention) การแสดงออก (Appearance) และธรรมเนียมปฏิบัติที่เป็นสากล (International Mannerism) ซึ่งเป็นหลักสูตรพื้นฐานก่อนพัฒนาในด้านอื่นๆ เช่น หลักสูตรการทำอาหาร หลักสูตรสปาและการนวด หลักสูตรของสถาบันการอาชีวศึกษาโดยดำเนินการจัดตั้ง Virtual Tourism Academy เพื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายการพัฒนาทุนมนุษย์ เช่น สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ สำนักพัฒนามาตรฐาน และทดสอบฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555)

การท่องเที่ยวแบบใหม่ที่สร้างความน่าสนใจและท้าทายเช่นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่จะได้รับความตื่นเต้น เพลิดเพลิน ท้าทายและประสบการณ์ใหม่ เช่น การปีนหน้าผา (Rock Climbing) ก็เป็น Sport Climbing ที่คณะกีฬาโอลิมปิกได้เลือกกีฬาปีนหน้าผามาเป็นชนิดกีฬาในการแข่งขัน 2020 ความสำคัญของความเข้าใจศึกษานักปีนหน้าผากลุ่มนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักปีนหน้าผาเหล่านี้มาทำการศึกษาและเลือกไทยเป็นสถานที่เป้าหมาย นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชื่อว่า พฤติกรรมการเดินทางเกิดจากปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) หรือปัจจัยภายนอกบุคคล (Dann, 1981) ปัจจัยดึงดูดในแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดตัดสินใจที่จะเดินทาง ได้แก่ ปัจจัยดึงดูดด้านประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและการเดินทางและปัจจัยภายในของเขาเอง ซึ่งมาจากการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน การค้นหาและประเมินตนเอง การพักผ่อนหย่อนใจ ความรู้สึกกลับไปสู่ความเป็นตัวเอง หรือได้เยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง การไปพบสิ่งแปลกใหม่การอยากไปอยู่ในโลกของจินตนาการ การอยากได้อารมณ์ในการผจญภัย เป็นต้น

การพัฒนาท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ภายใต้ยุทธศาสตร์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) มีเป้าหมายสำคัญคือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสูงมีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คนไทยมีความสุข อยู่ดีกินดีสังคมมีความเสมอภาคเป็นธรรม โดยเฉพาะ การสร้างความสามารถในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีการพัฒนาแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่ (1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) ท่องเที่ยเชิงธุรกิจส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก (3) ท่องเที่ยเชิงสุขภาพความงามและแพทย์แผนไทย โดยการผสมผสาน “ศาสตร์” และความชำนาญของการดูแลรักษาด้วยภูมิปัญญาไทยกับ “ศิลป์” และความละเอียดอ่อนในการให้บริการแบบไทยเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ (4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเรือสำราญทางทะเลและชายฝั่งและเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและ (5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาคโดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับต่างประเทศเพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทยและภูมิภาคไปด้วยกัน

ด้านพัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ มียุทธศาสตร์ 7 ประการคือ (1) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมผ่านการเรียนรู้ในครอบครัว บุรณาการเรื่องความซื่อสัตย์ วินัย คุณธรรม จริยธรรมในการเรียนการสอนในสถานศึกษา สร้างความเข้มแข็งในสถาบันศาสนา ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน สร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ใช้สื่อสารมวลชนให้ช่วยส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมรวมถึงการมีจิตสาธารณะและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม (2) การพัฒนาศักยภาพ

คนตลอดช่วงชีวิต (3) ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 (4) การตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย (5) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดีครอบคลุมทั้งด้านกาย ใจ สติปัญญาและสังคม (6) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (7) การเสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ

การทองเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบสำคัญทางการทองเที่ยวใน 3 มิติ คือ มิติทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและด้านสังคม แต่อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องอาศัยทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่เป็นหัวใจสำคัญ

แนวคิดการพัฒนาทุนมนุษย์

ทุนมนุษย์ คือ ส่วนผสมของ ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ประกอบด้วย 1) ความรู้และความสามารถในการเรียนรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทักษะ ประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ รวมทั้งความรู้ที่อยู่ในตัวที่เรียกว่า Tacit Knowledge 2) ทุนทางสังคม (Social Capital) คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ และ 3) ทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ เช่นการรับรู้ตนเอง (Self-Awareness) ความมีศักดิ์ศรี (Integrity) การมีความยืดหยุ่น (Resilience) ความเป็นคนดี (Gratton, 2003)

ทฤษฎีพัฒนาทุนมนุษย์ใหม่ 5 ประการ (5K's) ได้แก่ 1) ทุนทางความรู้ (Knowledge Capital) 2) ทุนทางความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Capital) 3) ทุนทางนวัตกรรม (Innovation Capital) 4) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) 5) ทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) ซึ่งเป็นการพัฒนาตั้งแต่มหาคคือ ประเทศ สังคม ชุมชน ไปจนถึงจุลภาคคือ องค์กรและบุคคล โดยมุ่งไปสู่การพัฒนาให้เป็นทุนที่ยั่งยืน (Sustainable Capital) ซึ่งมีปัจจัยชีวิต 6 ประการ ได้แก่ 1) เป็นการพัฒนาทั้งระยะสั้นและระยะยาว 2) การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องสอดคล้องกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ 3) ต้องมีศีลธรรม คุณธรรมและจริยธรรม 4) เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ การคิดแบบวิทยาศาสตร์ 5) ต้องมีการกระจายรายได้สู่ประชากรส่วนใหญ่ 6) ต้องเป็นการพัฒนาที่พึ่งตนเอง การขับเคลื่อนด้วย “การสร้างสรรค์” สมัยปัจจุบันมีการมองบุคลากรเป็นสินทรัพย์ซึ่งในด้านเศรษฐกิจแบบใหม่ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) โดยการขับเคลื่อนงานจากลักษณะกิจวัตร ที่มีการทำงานซ้ำๆ และกำหนดมาตรฐานไว้เป็นงานที่ทำด้วย “มือ” และ “ร่างกาย” มาเป็นงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-oriented occupations) ซึ่งบุคลากรที่ทำงานต้องประยุกต์ความรู้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ต้องทำการตัดสินใจและสื่อสารตอบโต้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างดี ดังนั้น จึงต้องมีทักษะเชิงวิเคราะห์ (Analytical skills) เช่นการรับรู้และแก้ปัญหาอย่างมีแบบแผน สาขาวิชาที่ต้องใช้ทักษะการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น แพทย์หรือวิศวกรรรมชีวภาพ องค์กรจึงมีการแสวงหาและสร้างทุนมนุษย์เพื่อให้เป็นทุนองค์กร ที่องค์กรอื่นๆ ไม่สามารถ

ลอกเลียนแบบ การสร้างความแตกต่างจะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสามารถในการประยุกต์ สังเคราะห์ความรู้เพื่อใช้งานเพื่อบรรลุเป้าหมาย จึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นองค์กรแบบยั่งยืนต่อไป

แนวทางการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้าง “ทุนมนุษย์”

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จขององค์กรในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นทุนมนุษย์ที่ทรงคุณค่า มีปัจจัยหลัก 4 ประการคือ 1) ความสามารถหลัก (Core Competency) หรือสมรรถนะหลัก หมายถึงสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน เช่น การมีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ การวางกลยุทธ์ การควบคุมตนเอง การสอนงาน การมอบหมายงาน จริยธรรม รวมถึงทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาสำหรับมัลติเทสต์ ความรู้ทางการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว 2) ทักษะการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพ ช่วยยกระดับความสามารถของบุคลากร การสร้างแรงจูงใจ การส่งเสริมให้ทำงานอย่างเต็มศักยภาพ 3) มีการวางกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย และ 4) สภาพแวดล้อมในการทำงานบรรยากาศในการทำงานการสร้างความผูกพันองค์กร และการสร้างความจงรักภักดี ปัจจัยทั้ง 4 เป็นการเสริมความรู้และทักษะเพื่อพัฒนาตนเอง และให้อำนาจบุคลากรในการตัดสินใจ การประสบความสำเร็จขององค์กรขึ้นกับการประสบความสำเร็จในการสร้างคุณค่าและประสิทธิภาพของ “ทุนมนุษย์” ที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

การวางกลยุทธ์ (Strategic Competencies) มีระบบการพัฒนาโดยขบวนการพัฒนาจัดการคนเก่ง (TMS : Talent Management System) ด้วยการสรรหา คือ การคัดหาคนดี คนเก่ง จัดการพัฒนา ให้เป็นคนดี คนเก่งยิ่งขึ้น และรักษาคนเก่งให้มีความสามารถเชิงกลยุทธ์ ร่วมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning) ด้วยการแบ่งปันความรู้ และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จนเป็นทุนทางปัญญาขององค์กร ที่สามารถสร้างความยั่งยืน การช่วยให้องค์กรเกิดทุนมนุษย์ที่ดีเพื่อเชื่อมโยงกับเป้าหมายขององค์กรเกิดรูปธรรมได้ ดังนี้

การสร้างผู้นำรุ่นใหม่ (New Generation Leader) คุณลักษณะของผู้นำ ภาวะผู้นำ (Leadership) ตามนิยามกำหนดไว้ โดยการพัฒนาศักยภาพในทุกด้านอย่างมีระบบชัดเจน ในปัจจุบันมีการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร กำหนดดัชนีชี้วัดรายบุคคล IDP (Independent Development Plan) เพื่อให้ผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ขององค์กรต่อไป

การสร้างบุคลากรสัมพันธ์แบบใหม่ (New Eras) การบริหารทุนมนุษย์ด้วยการให้บทบาทกับหัวหน้าหน่วยงานหรือผู้ดูแลสายงาน องค์กรใหญ่ๆ อาจใช้ลักษณะ Contract Manager เพื่อดูแลระหว่างหน่วยงาน Outsourcing หรือ Partnering กับบุคลากรและองค์กร

ผลลัพธ์คือความผูกพันของบุคลากรกับองค์กรมีมากขึ้นเนื่องจากการดูแลใกล้ชิดและตรงความต้องการของบุคลากรมากที่สุด

การจัดการผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Result Management : SRM) การสร้างวัฒนธรรมที่เน้นผลงาน จัดระบบการวัดผลงานด้วยดัชนีวัดผลสำเร็จ KPIs หรือ HR Scorecard การวัดความสามารถที่เพื่อผลงานที่มีคุณค่าสูงสุดต่อองค์กรที่เป็นรูปธรรมในการวัดโมเดลการบริหารทุนมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งนำไปใช้ในการบริหารค่าตอบแทนตามผลสำเร็จ และการให้สวัสดิการที่มีคุณภาพ ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการตอบสนองตามความต้องการของบุคลากรรวมถึงการพัฒนาผลลัพธ์ตามเป้าหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศ ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประเพณีและสิ่งแวดล้อม และในแต่ละภาคก็สามารถขับเคลื่อนและเติบโตโดยศักยภาพได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก จึงต้องมีการพัฒนาได้รับการสนับสนุน จากองค์กรภาครัฐและเอกชน ให้มีบริการที่อำนวยความสะดวกปลอดภัย สร้างความประทับใจและสามารถนารายได้ สร้างคน สร้างงานให้แก่ประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพจะนำความสำเร็จประเทศด้วยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

ภาพที่ 1 : แสดงการเพิ่มศักยภาพและความสามารถของทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว
(Tourism Human Capital)

สรุป การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคาดการณ์ในปี 2566 จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทยถึง 18 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 7.6 แสนล้านบาท และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนประเทศไทย เป็นจำนวนกว่า 18 ล้านคน (เวิร์คพอยท์ทูเดย์, 2565) และจะสร้างรายได้ประมาณ 9.7 แสนล้านบาท ส่วนการประมาณการตลาดในประเทศ ททท. คาดว่าจะสร้างรายได้ 7.6 แสนล้านบาท รวมรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้นประมาณ 1.73 ล้านล้านบาทตลอดทั้งปี ทั้งนี้ การที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกยังคงให้ความสำคัญ นิยมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยือน และมีศักยภาพทางการตลาดสู้กับประเทศอื่นๆ ได้ แม้ว่าหลายประเทศจะเริ่มทยอยฟื้นตัวจากโควิด และเปิดรับนักท่องเที่ยวกันแล้วก็ตาม ซึ่งผู้บริหารองค์กรภาครัฐได้สั่งการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพิ่มจำนวนบุคลากรเพื่อให้การบริการและรองรับการเดินทางที่สูงขึ้น โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการตรวจเอกสารสำคัญของผู้เดินทางในด่านแรก ทั้งขาเข้าและขาออก เช่น สนามบินต่าง ๆ โดยให้เพิ่มช่องทางในการอำนวยความสะดวกให้ผู้เดินทาง ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติและผู้ให้บริการให้รวดเร็วและคล่องตัว และผู้บริหารได้ขอให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ร่วมดำเนินงานตอบรับตามแนวนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และเหมาะสมกับสถานการณ์ รวมทั้งประชาชนทุกคนที่มีส่วนร่วม ทำให้ไทยมีเสน่ห์และเอกลักษณ์ มีสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว รักษากระแสความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นหัวใจสำคัญในการนำความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่จะมาสู่ประเทศไทยทั้งด้านการท่องเที่ยวในแนวอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การมาพักผ่อนในบรรยากาศวัฒนธรรมตะวันออกเฉียงใต้ที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ อาหารไทยที่ขึ้นชื่อ การมีน้ำใจไมตรีในการต้อนรับการให้บริการอีกทั้งเป็นศูนย์กลางศาสนาพุทธที่ชาวตะวันตกเริ่มให้ความสนใจศึกษาล้วนแต่ต้องอาศัยทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพทั้งสิ้น

เอกสารอ้างอิง

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN). (2558). *แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 - 2568*. สืบค้น 25 มกราคม 2566, จาก https://secretary.mots.go.th/download/StrategicActionPlan/2568_2559AseanTourismStrategicPlan.pdf.

นิศา ชัชกุล. (2551). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ. (2562). การบริหารจัดการและการจัดตั้ง *Virtual Tourism Academy* เพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศ : แผนงานวิจัย (รายงานฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม.
- เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2565). เศรษฐกิจฟื้นตัว ททท.คาดนักท่องเที่ยวเข้าไทยปี 66 สูงถึง 18 ล้านคน. สืบค้น 25 มกราคม 2566, จาก <https://workpointtoday.com/economy-tourism/>
- Butler W. R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies* 1(1), 2-7.
- Dann, G.M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Gratton, L. (2003). Managing Personal Human Capital. *European Management Journal*, 21(1), 1-10.
- World Tourism Organization (WTO). (1995). *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of the Indicators of Sustainable Tourism*. Madrid; Spain.