

การพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประเทศไทยในยุคดิจิทัล*

DEVELOPMENT OF TOURIST GUIDE POTENTIAL MODEL IN TOURISM INDUSTRIAL BUSINESS OF THAILAND IN THE DIGITAL AGE

นิตาวรรณ ดาราไตร*, สุภัททา ปินตะแพทย์ และ ปาวินี บุญยโสภณ

Nidawan Daratrai*, Supatta Pinthapataya and Pawinee Boonyasopon

คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Business and Industrial Development, King Mongkut's University of Technology North, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: nidawan_d@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล 2) พัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล 3) สร้างคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการวิจัยด้วยวิธี วิเคราะห์องค์ประกอบ โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม 5 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน 13 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม การประเมินรูปแบบ และการประเมินคู่มือ ใช้การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติมีพื้นฐาน การวิเคราะห์พิสัยระหว่างควอไทล์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 12 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสื่อสารข้อมูลและการประสานงาน 2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 3) ความรับผิดชอบต่อสังคม 4) มนุษยสัมพันธ์ 5) จรรยาบรรณวิชาชีพ 6) คุณธรรมและจริยธรรม 7) การปรับตัว 8) วิธีการท่องเที่ยว 9) วัฒนธรรมท้องถิ่น 10) การบริหารจัดการ 11) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 12) การตัดสินใจ โดยนำองค์ประกอบทั้ง 12 องค์ประกอบ มาจัดกลุ่มใหม่ได้ 4 มิติ โดยทั้ง 4 มิติ ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร 2) คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ 3) ความรู้ในวิชาชีพ 4) การบริหารองค์กร โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม มีมติเป็นเอกฉันท์ลงความเห็นว่า องค์ประกอบมีความเหมาะสม และผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินลงความเห็นว่าคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล มีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ได้

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ, ศักยภาพ, มัคคุเทศก์, ดิจิทัล

Abstract

The purpose of this research was to 1) study the potential components of tour guides in the tourism industry of Thailand in the digital age. 2) develop a model of the potential of tour

guides in the tourism industry of Thailand in the digital age. 3) create a guideline for developing the potential of tour guides in Thailand's tourism industry business in the digital age. This research is a combination of qualitative research and quantitative research. Conduct research using Composition analysis There was an in-depth interview with 5 experts, 5 experts in questionnaire evaluation and a group of experts. 13 people participated in the focus group meeting. The research tools included questionnaires and group discussions. Model evaluation and evaluation manual Perform data analysis with median statistics. Interquartile range analysis and composition analysis the research results found that Components of developing a potential model for tour guides in Thailand's tourism industry in the digital age consist of 12 elements: 1) information communication and coordination, 2) application of digital technology, 3) social responsibility, 4) human relations, 5) ethics. Profession 6) Morality and Ethics 7) Adaptation 8) Tourism Ways 9) Local Culture 10) Management 11) Solving immediate problems 12) Decision Making by taking all 12 elements and regrouping them into 4 dimensions. 4 dimensions consisting of 1) digital technology and communication 2) characteristics of tour guides 3) professional knowledge 4) organizational management by experts Participate in group discussion meetings there was a unanimous resolution that the composition is appropriate. and experts have evaluated and concluded that the guideline for developing the potential model of tour guides in Thailand's tourism industry in the digital age It is appropriate and can be applied.

Keywords: Model Development, Potential, Guide, Digital

บทนำ

ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวลำดับต้น ๆ ของโลกที่น่าเดินทางไปเยือนมากที่สุด เนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติที่งดงามทั่วทุกภูมิภาค และมีสถานที่ที่ได้รับการรับรองให้เป็นมรดกโลกในเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้การกำกับดูแลฟื้นฟูและพัฒนาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจ เช่น การบริการที่พักอาศัย และอาหารที่สะอาดแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยว นับว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยเป็นแหล่งรายได้ที่ดึงเงินตราต่างประเทศ ช่วยให้เกิดความมีเสถียรภาพกับดุลการชำระเงินประเทศ นอกจากนี้แล้วยังช่วยทำให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจทั้งโดยตรง เช่น ธุรกิจนำเที่ยวและทางอ้อมหรือที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจการค้าของที่ระลึก ล้วนแล้วแต่ส่งผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัว กรมการท่องเที่ยวได้ประมาณตัวเลขของมูลค่าเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ประมาณ 2,570 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 32 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม และคาดว่าจะเติบโตขึ้นอีกร้อยละ 4 ในปีต่อมา จากตัวเลขสถิติดังกล่าวทำให้เกิดความตื่นตัวในการบริหารจัดการเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน การขนส่ง สาธารณะและอื่น ๆ ทำให้ภารกิจด้านการท่องเที่ยวถือเป็นภารกิจหลักหนึ่งที่ถูกผสมผสานอยู่ในการพัฒนาประเทศในทุกมิติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งเทคโนโลยี หรือเรียกว่ายุคดิจิทัล เป็นการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในเรื่องของข้อมูล (Data) และความรวดเร็ว (Speed) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Mega Trend ที่ส่งผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วยการนำเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการควบคุมอัตโนมัติเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการ



ท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการตลาดออนไลน์หรือ Digital Marketing อันเนื่องมาจากการเข้าถึงการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ตลอดจนการค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการที่ไร้พรมแดน ทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะมาจากการสืบค้นข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูลการตัดสินใจ หรือแม้แต่การวางแผนเดินทางด้วยตนเอง ในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพที่มีความสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว คือ กลุ่มบุคคลที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผู้ที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ที่เป็นผู้นำนักท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ความรู้และให้ความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง

อาชีพมัคคุเทศก์เปรียบเสมือนทูตทางวัฒนธรรมของประเทศซึ่งนอกจากจะมีหน้าที่เป็นผู้นำชมแหล่งท่องเที่ยว ยังต้องมีความรู้และความสามารถในการอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา การเมือง และสถาบันพระมหากษัตริย์อันเป็นสถาบันที่สำคัญยิ่งของประเทศไทย ดังนั้นอาชีพมัคคุเทศก์จึงต้องมีความรอบรู้ที่ถูกต้องในเรื่องราวต่าง ๆ ในทุกด้านที่เกี่ยวกับการให้บริการนำเที่ยว จึงกล่าวได้ว่ามัคคุเทศก์จัดว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการประสบความสำเร็จจากที่ได้ทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า ศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์ เช่น ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านทัศนคติ ด้านบุคลิกภาพ ด้านจรรยาบรรณในวิชาชีพมัคคุเทศก์ เป็นต้น ซึ่งจะมีรายละเอียดที่สำคัญ สามารถพิจารณาได้จากมาตรฐานมัคคุเทศก์และแนวทางการกำหนดคุณภาพการให้บริการร่วมกัน ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล จึงเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับบุคคลที่ต้องการเข้ามาอยู่ในอาชีพมัคคุเทศก์และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามัคคุเทศก์ที่ประกอบอาชีพนี้อยู่แล้วรวมทั้งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดศักยภาพที่เป็นมาตรฐานสำหรับอาชีพมัคคุเทศก์ของประเทศได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล
2. เพื่อพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล
3. เพื่อสร้างคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

วิธีการดำเนินวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริบทของการพัฒนาศักยภาพ แนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทางการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและกำหนดกรอบการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เริ่มจากการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาโดยการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ แล้วนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์/สังเคราะห์

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาจัดทำเป็นแบบสอบถาม แล้วตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม



ขั้นตอนที่ 4 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ แล้วนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบแล้วมาประมวลผลและวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 5 การสร้างและพัฒนารูปแบบ โดยการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาจัดทำรูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล (ฉบับร่าง) แล้วนำเสนอต่อที่ประชุมสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาให้ความเห็นชอบ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรูปแบบฯ หลังจากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงรูปแบบ จนได้รูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ฉบับสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำคู่มือ โดยการนำสาระหรือเนื้อหาจากรูปแบบ มาจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล (ฉบับร่าง) นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินความเหมาะสมและให้ข้อเสนอแนะ แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงคู่มือ จนได้คู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ฉบับสมบูรณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลและแนวทางในการพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมองค์ประกอบของรูปแบบและความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบไปใช้ ตลอดจนความเหมาะสมของคู่มือการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามประกอบด้วย มัคคุเทศก์ผู้นำการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว โดยข้อมูลจากเว็บไซต์กรมการท่องเที่ยวเดือนกุมภาพันธ์ 2566 พบสถิติการจดทะเบียนมัคคุเทศก์ จากจำนวนประชากร 10,764 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, T., 1967) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 370 คน และใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ผู้วิจัยขอสำรองไว้อีก 30 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน เพื่อต้องการหาองค์ประกอบที่สอดคล้องกันและนำองค์ประกอบที่สำคัญมาพัฒนาศักยภาพที่ดีของมัคคุเทศก์

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการหาคุณภาพเครื่องมือและการประเมินคู่มือ

- กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ในแบบสอบถาม จำนวน 5 คน

- กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ตรวจสอบคู่มือการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.1 แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Form) จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ



1.2 แบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่มย่อย ใช้ในการบันทึกข้อมูลจากการประชุมสนทนากลุ่มย่อยของผู้ทรงคุณวุฒิ

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับทางการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

2.2 แบบตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ใช้ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ 7 คน โดยแบ่งการประเมินเป็น 3 ระดับ คือ +1 (สอดคล้อง) 0 (ไม่แน่ใจ) และ -1 (ไม่สอดคล้อง)

2.3 แบบประเมินคู่มือ ใช้ในการประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือที่นำเสนอในการประชุมสนทนากลุ่ม ซึ่งประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่ร่วมในการประชุมสนทนากลุ่ม 16 คน และใช้ในการประเมินหลังการปรับปรุง โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน โดยแบ่งผลการประเมินเป็น 2 ระดับ คือ “เหมาะสม” กับ “ควรปรับปรุง”

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.1.1 การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นการสนทนาที่สามารถบันทึกข้อมูลที่เป็นคำพูด

3.1.2 ปฏิบัติการประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เป็นการปฏิบัติการสนทนาโดยให้สมาชิกกลุ่มได้สนทนาและซักถามอย่างสร้างสรรค์และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการในเวลาที่กำหนด

3.2 การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 400 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการสกัดและสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2. การวิเคราะห์ค่าระดับความสำคัญตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบ ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

ผลการวิจัย

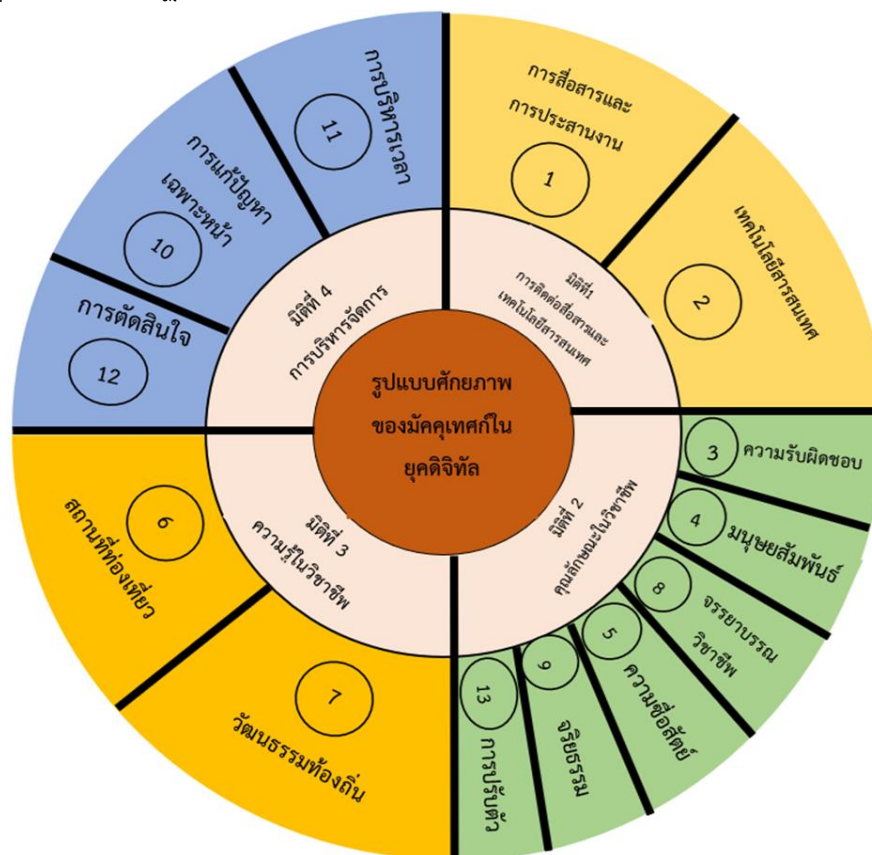
1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ได้ 10 ปัจจัย ดังนี้ 1) ด้านความรู้ 2) ด้านทักษะ 3) คุณลักษณะ บุคลิกภาพ 4) จรรยาบรรณวิชาชีพ 5) มาตรฐานการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจต่อไป หลังจากผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์แบบสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัลตลอดจนได้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากมัคคุเทศก์ผู้นำการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด พบว่า เป็นเพศชายเกินครึ่งร้อยละ 65.4 มีอายุเฉลี่ย 20 - 30 ปี และ 31 - 40 ปีเป็นหลัก ส่วนใหญ่แล้วมัคคุเทศก์สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีสังกัดของสถานประกอบการรองรับ นอกจากนี้ยังพบว่ามีเส้นทางนำเที่ยวอยู่ที่อาเซียนและยุโรป นอกจากนี้ยังพบอีกว่า

มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 ถึง 80,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการประกอบอาชีพในระดับ สัดส่วนใกล้เคียงกันโดยพบว่ามีระยะเวลาในการประกอบอาชีพ อยู่ระหว่าง 2 ปีถึง 8 ปีเป็นส่วนใหญ่ สรุปได้ว่า การพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัลประกอบด้วย 12 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ด้านการสื่อสารข้อมูลและการประสานงาน 2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 3) ความรับผิดชอบต่อสังคม 4) มนุษยสัมพันธ์ 5) จรรยาบรรณวิชาชีพ 6) คุณธรรมและจริยธรรม 7) การปรับตัว 8) วิธีการท่องเที่ยว 9) วัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญา 10) การบริหารองค์กร 11) การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า 12) การตัดสินใจ

2. ผลการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

ผู้วิจัยนำ 12 องค์ประกอบ มาจัดทำร่างรูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ปรากฏดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 (ร่าง) รูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำร่างรูปแบบมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นแบบร่างต้น เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาในการประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ได้รูปแบบมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ที่ สอดคล้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัลและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง เพื่อให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้มีข้อเสนอแนะกับผู้วิจัยให้ปรับองค์ประกอบหลักจาก 13 องค์ประกอบ ให้เหลือ เพียง 12 องค์ประกอบหลัก โดยนำองค์ประกอบด้านความซื่อสัตย์ มารวมกับองค์ประกอบด้านจรรยาบรรณ



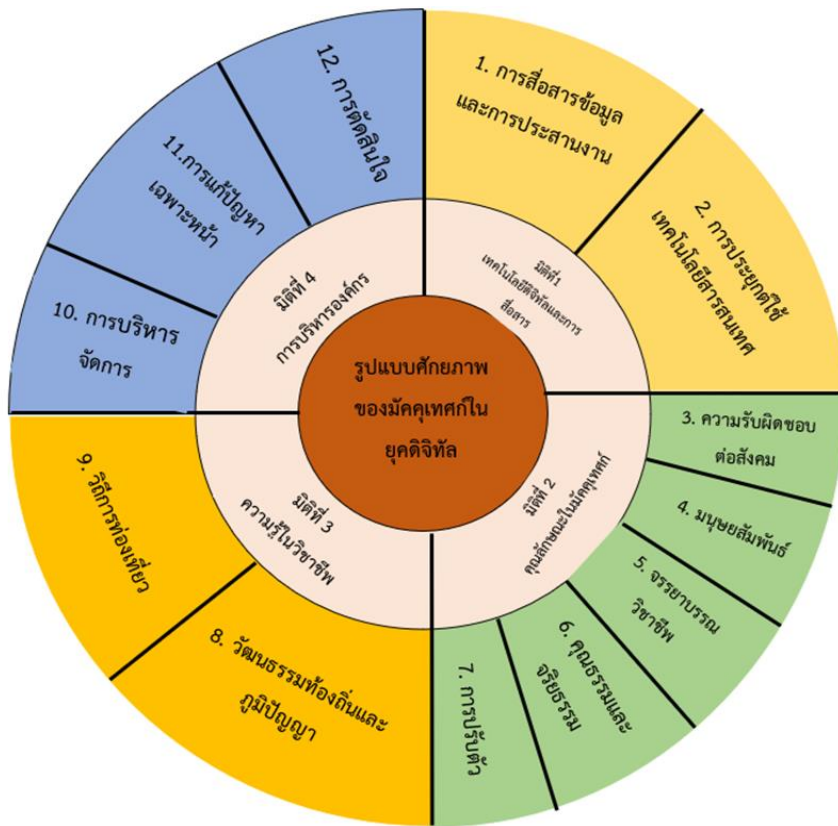
วิชาชีพ เนื่องจากทั้ง 2 องค์ประกอบนี้ มีความเกี่ยวข้องหรือมีความหมายที่ใกล้เคียงกัน และทำการแก้ไขชื่อองค์ประกอบให้เหมาะสมมากขึ้น นำมาจัดเรียงใหม่ ดังนี้

มิติที่ 1 การติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1. การสื่อสารข้อมูลและการประสานงาน 2. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

มิติที่ 2 คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1. ความรับผิดชอบต่อสังคม 2. มนุษยสัมพันธ์ 3. จรรยาบรรณวิชาชีพ 4. คุณธรรมและจริยธรรม 5. การปรับตัว

มิติที่ 3 ด้านความรู้ในวิชาชีพ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1. วิธีการท่องเที่ยว 2. วัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญา

มิติที่ 4 ด้านการบริหารองค์กร ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ 2) การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า 3) การตัดสินใจ จากผลการวิเคราะห์ สามารถสรุปได้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

3. ผลการจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

ผู้วิจัยได้นำ (ร่าง) คู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล โดยนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 16 ท่าน มาปรับปรุงแก้ไขโดยความเห็นชอบของคณะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อให้คู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัลมีความสมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แนะนำการใช้คู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย และตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรม



ท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 : เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร บทที่ 2 : ด้านคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ บทที่ 3 : ด้านความรู้ในวิชาชีพ บทที่ 4 : การบริหารองค์กร และบรรณานุกรม

อภิปรายผล

1. องค์ประกอบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

พบว่า มีองค์ประกอบ 4 มิติ ประกอบไปด้วย 1) เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารข้อมูล และการประสานงาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 2) คุณลักษณะในมัคคุเทศก์ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม มนุษย์สัมพันธ์ จรรยาบรรณวิชาชีพ คุณธรรมและจริยธรรม การปรับตัว 3) ความรู้ในวิชาชีพ ได้แก่ วิธีการท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญา 4) การบริหารจัดการ ได้แก่ การบริหารจัดการ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การตัดสินใจ

2. การพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี วุฒิการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี สังกัดประกอบการส่วนใหญ่มีสังกัดประกอบการ เส้นทางนำเที่ยวส่วนใหญ่พาเที่ยวโซนเอเชีย รายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 50,000 - 80,000 บาท อายุงานมัคคุเทศก์อยู่ระหว่าง 2 - 5 ปี ผลการวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล มีความสอดคล้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

มิติที่ 1 เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับ Sulaiman Al Jahwari, D. et al. ที่ศึกษาเรื่องการประเมินความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์โดยใช้การวิเคราะห์ความสำคัญและประสิทธิภาพ พบว่า ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารถือเป็นรากฐานสำคัญของความเชี่ยวชาญของไกด์นำเที่ยวเพื่อใช้ในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ โดยองค์ประกอบที่ 1 การสื่อสารข้อมูลและการประสานงาน (Sulaiman Al Jahwari, D. et al., 2016) สอดคล้องกับ กิตต์กวีนิเทศน์ วงศ์หมั่น ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาศักยภาพท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก พบว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งที่เชื่อมโยงเทคโนโลยีและความรู้ทางวัฒนธรรมเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เหนียวแน่นและน่าดึงดูด องค์ประกอบที่ 2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (กิตต์กวีนิเทศน์ วงศ์หมั่น, 2564) สอดคล้องกับ วีระ แก่นเพชร ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล พบว่าเทคโนโลยีสามารถประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้ แต่ข้อควรระวัง คือไกด์นำเที่ยวต้องที่ความเชี่ยวชาญในการแยกแยะข้อมูลที่แท้จริงจากสัญญาณรบกวนดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องรับมือกับรีวิวออนไลน์และเนื้อหาโซเชียลมีเดียที่อาจส่งผลกระทบต่อทัศนใจของนักท่องเที่ยว (วีระ แก่นเพชร, 2564)

มิติที่ 2 คุณลักษณะในมัคคุเทศก์ องค์ประกอบนี้ดูเหมือนจะครอบคลุมแง่มุมทางจริยธรรมที่กล่าวถึงในองค์ประกอบเช่น ความรับผิดชอบต่อสังคม มนุษย์สัมพันธ์ การปรับตัว รวมถึงจรรยาบรรณวิชาชีพ คุณธรรมและจริยธรรมในชีวิต โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของความซื่อสัตย์และพฤติกรรมที่มีจริยธรรมทั้งในด้านอาชีพและส่วนบุคคลในชีวิตของไกด์นำเที่ยว สอดคล้องกับ สิทธา อนันธชาล และไพฑูรย์ มนต์พานทอง ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์จังหวัดสตูล พบว่า คุณลักษณะวิชาชีพ การปฏิบัติต่อเพื่อนไกด์อย่างยุติธรรม ความซื่อสัตย์อย่างมีอาชีพเริ่มต้นจากภายในอุตสาหกรรม ไกด์นำเที่ยวที่ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพจะไม่เอาเปรียบเพื่อนร่วมงานเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว จิตวิญญาณของความสนิทสนมกันและการสนับสนุนซึ่งกันและกันส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี องค์ประกอบที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (สิทธา อนันธชาล และไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2564) สอดคล้องกับ Kiryakova-Dineva, T. et al. ที่ศึกษาเรื่องทักษะด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการท่องเที่ยว: ประสบการณ์บัลแกเรีย พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไกด์นำ



เที่ยวมืออาชีพมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบด้วยความทุ่มเทและการเสียสละ มุ่งมั่นเพื่อการเติบโตส่วนบุคคลและทางอาชีพ รวมถึงการปลูกฝังทัศนคติในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มคุณภาพ คุณสมบัติ จริยธรรม และทักษะที่จำเป็นในวิชาชีพมัคคุเทศก์ องค์ประกอบที่ 4 มนุษย์สัมพันธ์ (Kiryakova-Dineva, T. et al., 2019) สอดคล้องกับ อภิไทย แก้วจรัส ที่ศึกษาเรื่องศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 พบว่า การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับเพื่อนมืออาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมความร่วมมือและการเติบโตร่วมกัน การรักษาความตรงต่อเวลาในการให้บริการลูกค้านักท่องเที่ยวแสดงถึงความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบที่ 5 จรรยาบรรณวิชาชีพ (อภิไทย แก้วจรัส, 2554) สอดคล้องกับ สุภาพร สุกสีเหลือง, และคณะ ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ทั่วไปอิสระเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพ การปฏิบัติต่อเพื่อนไกด้อย่างยุติธรรม ความซื่อสัตย์อย่างมืออาชีพเริ่มต้นจากภายในอุตสาหกรรมนั่นเอง ไกด์นำเที่ยวที่ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพจะไม่เอาเปรียบเพื่อนร่วมงานเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว จิตวิญญาณของความสนิทสนมกันและการสนับสนุนซึ่งกันและกันส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การให้ข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับนักท่องเที่ยว การเปิดเผยข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวจะบ่อนทำลายความสมบูรณ์ของวิชาชีพ ไกด์นำเที่ยวมืออาชีพทุ่มเทเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นกลาง องค์ประกอบที่ 6 คุณธรรมและจริยธรรม (สุภาพร สุกสีเหลือง, และคณะ, 2552) สอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง และกอกแก้ว จันทรกึ่งทอง ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาในพื้นที่เชื่อมโยงพัทลุงนครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล พบว่าความรับผิดชอบต่อลูกค้านักท่องเที่ยว นอกเหนือจากโปรแกรมทัวร์แล้ว ความมีน้ำใจและความขยัน การแสดงน้ำใจในการช่วยเหลือลูกค้านักท่องเที่ยวส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงบวกและครอบคลุม องค์ประกอบที่ 7 การปรับตัว (วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง และกอกแก้ว จันทรกึ่งทอง, 2564) สอดคล้องกับ อภิไทย แก้วจรัส ที่ศึกษาเรื่องศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 พบว่าความสามารถในการปรับตัวเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไกด์นำเที่ยวต้องตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นในแนวทางของพวกเขา ซึ่งรวมถึงการปรับให้เข้ากับภูมิหลังทางสังคมที่แตกต่างกัน และตอบสนองความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม น้ำเสียงที่อ่อนโยนและสุภาพเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการส่งเสริมบรรยากาศเชิงบวก (อภิไทย แก้วจรัส, 2554)

มิติที่ 3 ความรู้ในวิชาชีพ สอดคล้องกับ นันทวัฒน์ พินิจพรหม ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพื่อการเตรียมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า ความรู้ในวิชาชีพและการให้ความรู้ที่ถูกต้องสำหรับนักท่องเที่ยว การเคารพประเพณีและกฎระเบียบ การสืบสานประเพณีและขนบธรรมเนียมของสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของรัฐบาล แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับเพื่อนมืออาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมความร่วมมือและการเติบโตร่วมกัน องค์ประกอบที่ 8 วิธีการท่องเที่ยว (นันทวัฒน์ พินิจพรหม, 2565) สอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพและสร้างรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชนเทศบาลตำบลนาคร้ว อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง พบว่า ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว หรือบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นยังช่วยเสริมการเล่าเรื่อง โดยเปลี่ยนการเดินทางแต่ละครั้งให้เป็นการเดินทางผ่านกาลเวลาและมรดกทางวัฒนธรรม การให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกฎระเบียบของท้องถิ่นจะทำให้มีพฤติกรรมที่ให้ความเคารพ ซึ่งมีส่วนทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้มาเยือนและชุมชนท้องถิ่น องค์ประกอบที่ 9 วัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญา (กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย, 2561) สอดคล้องกับ Bittar Rodrigues, C., & Prideaux, B. ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการเพื่อช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาจาก Amazon ของบราซิล พบว่า วัฒนธรรมท้องถิ่นถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มัคคุเทศก์ที่โดดเด่นแตกต่างออกไป



นอกเหนือจากการชี้จุดสังเกตแล้ว โกวัดนำเที่ยวที่เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมยังเจาะลึกโครงสร้างของชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย การทำความเข้าใจความแตกต่างทางภาษาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ (Bittar Rodrigues, C., & Prideaux, B., 2018)

มิติที่ 4 การบริหารองค์กร สอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทรกิ่งทอง และกอแก้วจันทรกิ่งทอง ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาที่พื้นที่เชื่อมโยงพัทลุง (นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) พบว่า การบริหารจัดการเป็นทักษะพื้นฐานอย่างหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือการบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบที่ 10 การบริหารจัดการ (วิวัฒน์ จันทรกิ่งทอง และกอแก้วจันทรกิ่งทอง, 2564) สอดคล้องกับ Kapa, M. G. et al. ที่ศึกษาเรื่องการสำรวจความสามารถของมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำ พบว่า การบริหารเวลาที่เหมาะสมช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับทุกช่วงเวลา มั่นใจได้ว่าพวกเขาจะได้เพลิดเพลินกับความสวยงามและความสำคัญของสถานที่แต่ละแห่ง องค์ประกอบที่ 11 การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (Kapa, M. G. et al., 2022) สอดคล้องกับ ธนาภรณ์ ทราย และฉลองศรี พิมลสมพงศ. ที่ศึกษาเรื่องอธิบายพฤติกรรมดังนี้จะช่วยให้มัคคุเทศก์สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่ามัคคุเทศก์จะต้องเจอกับการเผชิญกับปัญหาใหม่ ๆ ที่มีความซับซ้อน และควรมีพฤติกรรมแสดงออกที่เหมาะสมในด้านการมีทักษะการแก้ไขปัญหา องค์ประกอบที่ 12 การตัดสินใจ (ธนาภรณ์ ทราย และฉลองศรี พิมลสมพงศ., 2564) สอดคล้องกับ Thuyet, N. T. et al. ที่ศึกษาเรื่องทักษะที่จำเป็นสำหรับนักศึกษาวิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยวและการนำเที่ยว พบว่า ทักษะการวิเคราะห์และการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องการในการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล โดยความสามารถในด้านการวิเคราะห์และการตัดสินใจให้มัคคุเทศก์เทคโนโลยีสามารถแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการทำงานที่มีประสิทธิภาพมาก (Thuyet, N. T. et al., 2022)

3. สร้างคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล

ผลการประเมินคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ทั้ง 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 การแนะนำการใช้คู่มือ และตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 4 มิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญา ศักดิ์นาวี ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอีเว้นท์เพื่อการแข่งขัน พบว่า คู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอีเว้นท์เพื่อการแข่งขัน ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 การแนะนำการใช้คู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอีเว้นท์เพื่อการแข่งขัน ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอีเว้นท์เพื่อการแข่งขัน ซึ่งรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอีเว้นท์เพื่อการแข่งขัน ได้รับการประเมินความเหมาะสมโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้วยมติเป็นเอกฉันท์ (ปริญญา ศักดิ์นาวี, 2560)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การพัฒนารูปแบบศักยภาพมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี วุฒิการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี สังกัดประกอบการส่วนใหญ่มีสังกัดประกอบการ เส้นทางนำเที่ยวส่วนใหญ่ นำเที่ยวโซนเอเชีย รายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 50,000 - 80,000 บาท อายุงานมัคคุเทศก์อยู่ระหว่าง 2 - 5 ปี ส่วนผลการศึกษารองค้ประกอบของการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 12 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสื่อสารข้อมูลและการประสานงาน 2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 3) ความรับผิดชอบต่อสังคม 4) มนุษยสัมพันธ์ 5) จรรยาบรรณวิชาชีพ 6) คุณธรรมและจริยธรรม 7) การปรับตัว 8) วิธีการท่องเที่ยว 9) วัฒนธรรมท้องถิ่น 10) การบริหารจัดการ 11) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 12) การตัดสินใจ โดยนำองค์ประกอบ



ทั้ง 12 องค์ประกอบ มาจัดกลุ่มใหม่ได้ 4 มิติ โดยทั้ง 4 มิติ ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร 2) คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ 3) ความรู้ในวิชาชีพ 4) การบริหารองค์กรและในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). รายงานประจำปี 2561. เรียกใช้เมื่อ 15 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2561resize.pdf>
- กิตติ์กวินเดชน์ วงศ์หมั่น. (2564). รูปแบบการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 7(พิเศษ), 54-70.
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2561). การศึกษาศักยภาพและสร้างรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นการท่องเที่ยวชุมชนเทศบาล ตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(28), 85-97.
- ธนาภรณ์ ตราชู และฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. (2564). การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวไทยเพื่อตอบสนองอุปสงค์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 14(1), 14-23.
- นันทวัฒน์ พินิจพรม. (2565). การพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเพื่อการเตรียมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ปริญญา ศักดิ์นาวี. (2560). การพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอีเว้นท์เพื่อการแข่งขัน. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และกอกแก้ว จันทร์กิ่งทอง. (2564). รูปแบบการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยว เมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 7(พิเศษ), 54-70.
- วีระ แก่นเพชร. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ, 6(1), 148-160.
- สิทธา อนันธชาล และไพฑูริย์ มนต์พานทอง. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์จังหวัดสตูล. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(1), 384-400.
- สุภาพร สุกสีเหลือง, และคณะ. (2552). แนวทางการพัฒนาศักยภาพ มัคคุเทศก์ทั่วไปอิสระเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภาควิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 1(2), 116-127.
- อภิไทย แก้วจรัส. (2554). ศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 13(3), 283-296.
- Bittar Rodrigues, C., & Prideaux, B. (2018). A management model to assist local communities developing community-based tourism ventures: a case study from the Brazilian Amazon. *Journal of Ecotourism*, 17(1), 1-19.
- Kapa, M. G. et al. (2022). An Exploration of Tourist Guides' Competencies To Create Memorable Tourist Experiences. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1350-1358.



- Kiryakova-Dineva, T. et al. (2019). Soft skills for sustainable development in tourism: the Bulgarian experience. *European Journal of Sustainable Development*, 8(2), 57-67.
- Sulaiman Al Jahwari, D. et al. (2016). Evaluating communication competency of tour guides using a modified importance- performance analysis (MIPA) . *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 195-218.
- Thuyet, N. T. et al. (2022). Necessary Soft Skills for Students Majoring in Tourism Management and Tour Guiding. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội*, 1(2022), 1-8.
- Yamane, T. (1967). *Statistics : An Introductory Analysis*. London: John Weather Hill,Inc.