

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน  
ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร  
The desirable characteristics of Thai tourist guide to enter  
the ASEAN Community in perspective of  
tourism business operators in Bangkok

นันทพร ชเลจร<sup>1\*</sup> และ ชญาณิศ วังษ์พันธุ์<sup>2</sup>  
Nantaporn Chalaechorn<sup>1\*</sup> and Chayanisa Wongphan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

<sup>1</sup>Doctor of Business Administration Program in Management, Graduate School,  
Rattana Bundit University, Bangkapi, Bangkok, 10240 Thailand

<sup>2</sup>สาขาการจัดการบริการธุรกิจเรือสำราญ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน กรุงเทพฯ 10900

<sup>2</sup>Program in Hospitality Management for Cruise Lines Business, College of Tourism,  
Sripatum University, Bangkhen, Bangkok, 10900, Thailand

\*ผู้รับผิดชอบบทความ: mohyee.ch@hotmail.com

รับบทความ: 10 เมษายน 2562; แก้ไข: 24 มิถุนายน 2562; ตอรับ: 27 มิถุนายน 2562

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยจำแนกตามข้อมูลเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 281 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive method) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test, F-test (one way ANOVA) แล้วทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย ทั้ง 4 ด้านในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านเจตคติ รองลงมาคือด้านทักษะ ด้านบุคลิกภาพและด้านความรู้ทางวิชาชีพ ตามลำดับ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีลักษณะการประกอบกิจการ และรายได้ในการประกอบกิจการต่างกันมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ชาวไทย ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการที่มีขนาดบริษัทและระยะเวลาในการประกอบกิจการต่างกันมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** คุณลักษณะที่พึงประสงค์ มัคคุเทศก์ชาวไทย ประชาคมอาเซียน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

## Abstract

The purposes of this research were 1) to study the desirable characteristics of Thai tourist guide to enter the ASEAN Community in perspective of tourism business operators in Bangkok, and 2) to compare the desirable characteristics of a Thai tourist guide as expected by tourism business operators classified by the personal factors. A questionnaire was used to collect data from 281 sampled tourism business operators in Bangkok by using purposive sampling. The collected data was analyzed through frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test, F-test (One Way ANOVA), and Least Significant Difference (LSD).

The results indicated that 1) the desirable characteristics of Thai tourist guides in 4 perspectives of tourism business operators in Bangkok were at a high level. When considered in each aspect, the result showed that every aspect was at the high level either, arranged in descending order as following: attitude, skill, personality, and professional knowledge. 2) There was no significant difference in the type of enterprise, and income of enterprise concerning desirable characteristics of Thai tourist guides as expected by tourism business operators in Bangkok, but were a significant difference in the size of enterprise and period of enterprise at the statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** desirable characteristics; Thai tourist guides; The ASEAN Community; tourism business operators

## บทนำ

การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดการสร้างตลาดและฐานการผลิตร่วม รวมทั้งการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการการลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีภายในประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ โดยธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ นับเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการเปิดเสรีและมีแนวโน้มการขยายตัวสูง มีการแข่งขันที่ทวีความเข้มข้นขึ้นโดยตลอด เห็นได้ชัดจากสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้พยากรณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวน 1,400 ล้านคน และอาจมีจำนวนถึง 1,800 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2573 (สุวัตร สิทธิหล่อ, 2558) ทั้งนี้ตั้งแต่ปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าปี 2561 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยรวมกันทั้งสิ้นเกือบ 10 ล้านคน สูงเป็นอันดับต้น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาติอื่น ถือเป็นตลาดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยที่ไม่ควรมองข้าม ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีแผนที่จะเพิ่มสัดส่วนตลาดนักท่องเที่ยวอาเซียนให้เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นทั้งจำนวนและรายได้ โดยตั้งเป้าที่จะดึงนักท่องเที่ยวอาเซียนให้มาไทยให้ได้ 10 ล้านคน

ภายในปี 2562 โดยในปี 2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากอาเซียนเดินทางเข้ามาประเทศไทยรวม 9.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 จากปี 2560 ที่มี 9.1 ล้านคน และคาดว่าจะสร้างรายได้เข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีก่อนที่มีมูลค่า 269,971.95 ล้านบาท (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์, 2560)

การท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นถูกมองว่าเป็นภาคส่วนที่ได้เปรียบประเทศอื่น ๆ และสามารถได้ประโยชน์จากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้มากที่สุด เนื่องจากมีศักยภาพและจุดแข็งในด้านนี้ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งที่ตั้งของประเทศไทยตั้งอยู่ศูนย์กลางภูมิภาคอาเซียนจึงกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการบินไปโดยปริยาย การท่องเที่ยวเป็นภาคการบริการที่ทุกประเทศให้ความสำคัญเนื่องจากมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม โดยในแง่เศรษฐกิจนั้น (ศรีรัตน์ รัชพานะ, 2554) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ นำมาสู่การจ้างงาน การสร้างอาชีพทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรงและภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการส่งเสริม พื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการส่งเสริมสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีให้กับมนุษย์ต่างสังคม ต่างวัฒนธรรมได้รู้จักและเข้าใจมากขึ้นนำไปสู่สันติภาพและเป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดความกลมกลืนระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว (พิมพ์พรรณ สุจารินพงศ์, 2553) ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้วจะเป็นปัจจัยสำคัญผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตได้อย่างมั่นคง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้น ปัจจัยที่ได้รับยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งคือบุคลากรผู้ทำหน้าที่นำเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาของการท่องเที่ยว นั่นก็คือมัคคุเทศก์ เพราะเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดนักท่องเที่ยวมากที่สุด สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เป็นตัวแทนของบริษัทผู้ประกอบการ สามารถสร้างภาพลักษณ์ และขณะเดียวกันก็สามารถทำลายภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ประกอบการและประเทศชาติได้เช่นกัน เป็นต้นชีวีตความพึงพอใจของผู้รับบริการ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) มัคคุเทศก์เป็นปัจจัยหลักของการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะสามารถทำกำไรหรือขาดทุนให้บริษัท และนอกจากนี้ยังเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะต้องบริหารจัดการแก้ปัญหาเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดีที่สุดสามารถตัดสินใจแทนเจ้าของสถานประกอบการได้ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2557) หลายรัฐบาลที่ผ่านมาจึงให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประจำปี 2555-2558 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเด็นที่ 4 เป็นการพัฒนามัคคุเทศก์และบริษัทนำเที่ยวมีแผนปฏิบัติงานคือโครงการพัฒนามัคคุเทศก์ให้มีทักษะในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและโครงการส่งเสริมให้ภาคเอกชนร่วมกับสถาบันการศึกษาสร้างหลักสูตรอบรมระยะสั้นเพื่อพัฒนาและผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพที่สูงขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2555)

ปัจจุบัน มัคคุเทศก์ไทยกำลังประสบปัญหาทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ ปัญหาในเชิงคุณภาพคือระบบการศึกษาผลิตมัคคุเทศก์ที่ขาดคุณภาพ ทำให้มีบัณฑิตเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่สามารถปฏิบัติงานได้จริงส่วนที่เหลือต้องมีการอบรมเพิ่มเติม ขณะที่ปัญหาในเชิงปริมาณ คือ แม้จะมีการสงวนอาชีพนี้ไว้ให้เฉพาะสำหรับชาวไทย แต่ระบบการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ขาดคุณภาพ ทำให้มัคคุเทศก์มีไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูงขึ้น ก่อให้เกิดปัญหามัคคุเทศก์เถื่อนรุนแรงขึ้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2556) ทั้งนี้ แนวทางการระบุคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ควรสอดคล้องตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อให้ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์สามารถปรับการให้บริการของตนเอง รวมถึงภาพลักษณ์ต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าจดจำและประทับใจ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวถือเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการเข้าสู่สภาวะการณ์ของการแข่งขันด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่กำลังเปิดกว้างในภูมิภาคอาเซียน นำมาซึ่งรายได้เข้าประเทศและ สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศไทยยิ่งขึ้น

ด้วยความตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของมัคคุเทศก์ชาวไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในมุมมองของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวมาพิจารณาปรับปรุงพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ชาวไทยให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อประสิทธิผลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย นำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของประเทศไทยบนเวทีอาเซียนอย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยจำแนกตามข้อมูลเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

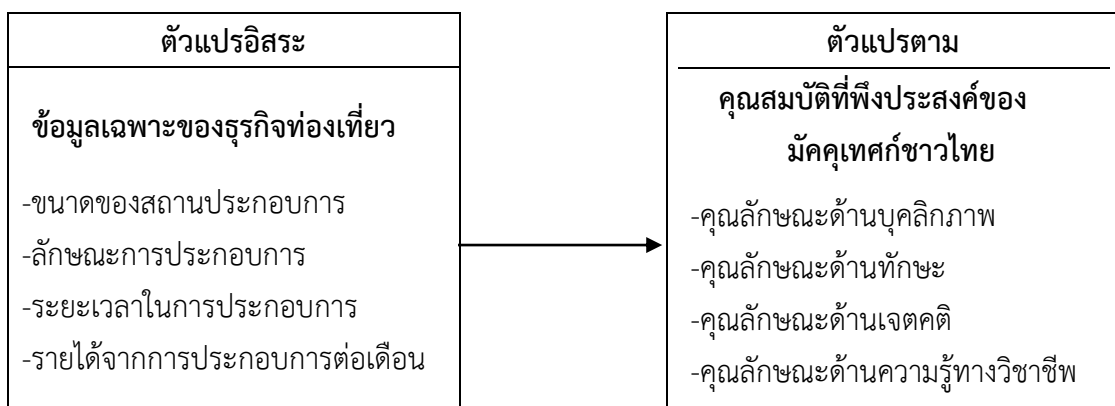
### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการที่ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ตั้งแต่ปี 2558 โดยมีแนวคิดในการให้อาเซียนรวมตัวกันเป็นตลาดหรือฐานการผลิตเดียวกัน รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก ภาครัฐโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงมีนโยบายเร่งพัฒนามาตรฐานวิชาชีพของมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการดูแลและต้อนรับนักท่องเที่ยวภายในขอบเขตอำนาจ หน้าที่ที่กฎหมายกำหนด บุคคลที่จะประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ได้ต้องมีศักยภาพเฉพาะบุคคล (human resource competency) ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่มัคคุเทศก์จำเป็นต้องมี 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ (knowledge) ด้านทักษะ (skill) ด้านคุณลักษณะ (attributes) และด้านพฤติกรรม (behaviors) (Parry,

1997; Tsaur & Lin, 2004) โดยคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ทั้งสองด้านนี้เป็นพื้นฐานที่นำไปสู่การเป็นมัคคุเทศก์ที่เชี่ยวชาญ การมีความรู้ ความเข้าใจในงาน สามารถเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพได้ ในการวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานการประกอบธุรกิจนำเที่ยว และมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยวที่พึงปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวฯ พ.ศ. 2556 ใน 4 คุณลักษณะ (สุภาวดี ล้อมหามงคล, 2545) คือ

1. คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ หมายถึง การมีคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลทั้งในด้านกายภาพ อารมณ์ สภาพจิตใจและด้านสังคม เช่น การแต่งกายที่เหมาะสม การมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีอัธยาศัย ความตรงต่อเวลา กิริยามารยาท การมีมนุษยสัมพันธ์และคุณธรรม จริยธรรมที่บุคคลแสดงออก
2. คุณลักษณะด้านทักษะ หมายถึง ความชำนาญที่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการปฏิบัติงานฝึกฝนจนสามารถปฏิบัติได้ เป็นทักษะที่ใช้สำหรับการสร้างความสัมพันธ์และการบริการ
3. คุณลักษณะด้านเจตคติ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบต่ออาชีพมัคคุเทศก์
4. คุณลักษณะด้านความรู้ทางวิชาชีพ หมายถึง การมีความรู้ในเนื้อหาสาระทางวิชาการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความสามารถในการนำความรู้เชิงวิชาการไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องในการเป็นมัคคุเทศก์ให้ประสบความสำเร็จ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่จดทะเบียนในรูปบริษัท จำนวน 2,278 บริษัท ในปี พ.ศ. 2559 (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2559)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จดทะเบียนในรูปบริษัท กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) ได้จำนวน 329 บริษัท ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยการตัดสินใจ

เลือกตัวอย่างของผู้วิจัยใน 6 เขต ซึ่งเป็นตัวแทนของ 6 กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตพระนคร (กทม. กลาง) เขตปทุมวัน (กทม.ใต้) คลองเตย (กทม.เหนือ) บางกะปิ (กทม.ตะวันออก) คลองสาน (กรุงธนเหนือ) และภาษีเจริญ (กรุงธนใต้) จำนวนแต่ละเขตเท่ากัน ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 281 ชุด คิดเป็นร้อยละ 85.41

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่แบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ขนาดของสถานประกอบการ ลักษณะการประกอบกิจการ ระยะเวลาในการประกอบกิจการและรายได้จากการประกอบกิจการต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 51 ข้อ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิดแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และผ่านการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา โดยทดลอง (try out) กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (coefficient of alpha) ของ Cronbach ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา = 0.828 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ผู้ศึกษาทำการประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของสถานประกอบการ ใช้สถิติ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่าง ใช้ค่า t-test และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) ใช้สถิติ F-test กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference (LSD)



## สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 145 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 มีสถานภาพสมรส จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7

2. ข้อมูลเฉพาะของผู้ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในสถานประกอบการขนาดกลาง (บุคลากรระหว่าง 11-50 คน) จำนวน 192 คน ถึงร้อยละ 68.3 ลักษณะการประกอบกิจการ บริการการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 มีระยะเวลาการประกอบกิจการตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไป จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีรายได้จากการประกอบกิจการต่อเดือนมากกว่า 2,000,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9

3. ระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านเจตคติ ( $\bar{x} = 4.37$ , S.D. = 0.21) รองลงมาคือด้านทักษะ ( $\bar{x} = 4.28$ , S.D. = 0.26) ด้านบุคลิกภาพ ( $\bar{x} = 4.25$ , S.D. = 0.25) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านความรู้ทางวิชาชีพ ( $\bar{x} = 3.98$ , S.D. = 0.25) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ตามความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมแต่ละด้านรวม 4 ด้าน

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในภาพรวม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านบุคลิกภาพ	4.25	0.25	มาก	3
2. ด้านเจตคติ	4.37	0.21	มาก	1
3. ด้านทักษะ	4.28	0.26	มาก	2
4. ด้านความรู้ทางวิชาชีพ	3.98	0.25	มาก	4
รวม	4.22	0.52	มาก	

4. การเปรียบเทียบความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จำแนกตามข้อมูลเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในสถานประกอบการที่มีขนาดและระยะเวลาในการประกอบกิจการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในสถานประกอบการที่มีลักษณะการประกอบกิจการและรายได้จากการประกอบกิจการต่อเดือนต่างกันมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนจำแนกตามข้อมูลเฉพาะของธุรกิจท่องเที่ยว

ข้อมูลเฉพาะ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	t	F	Sig
<b>ขนาด</b>						
ขนาดเล็ก (บุคลากรไม่เกิน 10 คน)	30	4.13	0.19		6.367	0.002*
ขนาดกลาง (บุคลากร 10 – 50 คน)	192	4.23	0.14			
ขนาดใหญ่ (บุคลากรมากกว่า 50 คน)	59	4.19	0.16			
<b>ลักษณะการประกอบกิจการ</b>						
บริการการท่องเที่ยวเฉพาะในประเทศ	47	4.22	0.14	0.668		0.207
บริการการท่องเที่ยวทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	234	4.21	0.16	0.744		
<b>ระยะเวลาในการประกอบกิจการ</b>						
น้อยกว่า 5 ปี	64	4.22	0.15		4.542	0.011*
ระหว่าง 5 – 10 ปี	94	4.24	0.14			
ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป	123	4.18	0.16			
<b>รายได้จากการประกอบกิจการต่อเดือน</b>						
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000,000 บาท	51	4.24	0.14		0.856	0.426
ระหว่าง 1,000,001- 2,000,000 บาท	101	4.20				
มากกว่า 2,000,000 บาท ขึ้นไป	129	4.22				

\* มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านเจตคติ ด้านทักษะ ด้านบุคลิกภาพและด้านความรู้ทางวิชาชีพอยู่ในระดับมากตามลำดับ โดยพบประเด็นอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยด้านเจตคติมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสิทธิโชค เลิศธีรดา (2551) พบว่า ควรพัฒนาคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ชาวไทยในด้านทัศนคติสูงสุด รองลงมาคือด้านบุคลิกภาพ ด้านทักษะและด้านความรู้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเล็งเห็นความสำคัญของมัคคุเทศก์ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและนอกจากนั้นเป็นเสมือนหนึ่งตัวแทนของผู้ประกอบการ และเป็นดรชนึงซึ่งผลกำไรในการประกอบการ หัวใจของการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีและนำความสำเร็จสู่องค์กร มัคคุเทศก์ต้องมีความจงรักภักดีต่อองค์กรและมีใจรักในงานบริการเป็นพื้นฐานก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี ล้อมหามงคล (2545) ที่พบว่าธุรกิจนำเที่ยว ต้องให้ความสำคัญต่อการบริการผู้อื่น โดยพื้นฐานมัคคุเทศก์ควรมีใจรักในงานบริการ (service mind) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาศิริ ชะระอำ (2557)



พบว่าคุณลักษณะในเรื่องการรักบริการเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการท่องเที่ยวของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

2. คุณลักษณะด้านทักษะการสร้างความสัมพันธ์และการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีความคาดหวังในระดับรองลงมา อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการในการนำเที่ยวนั้นมัคคุเทศก์จำเป็นต้องประสานในงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการบริการนำเที่ยว ดูแล เอาใจใส่นักท่องเที่ยว ตั้งแต่เริ่มต้นเดินทางจนกลับถึงบ้านอย่างปลอดภัย จึงจำเป็นต้องอาศัยทักษะด้านนี้มาก อีกทั้งปัจจุบันเมื่อเปิดประชาคมอาเซียน จะมีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกและจากประเทศในอาเซียนเข้ามาเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาสากลที่ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี ล้อมหมางค (2545) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญและมีความต้องการบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศ มีทักษะในการพูดภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างต้องการมัคคุเทศก์ที่มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของวิฑูรย์ หินแก้ว (2553) พบว่ามัคคุเทศก์ให้ความสำคัญกับทักษะการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนใหญ่จะใช้ทักษะการตัดสินใจกรณีเกิดปัญหาคือขั้นตอนการทำงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

3. คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับรองลงมา อยู่ในระดับมาก โดยคาดหวังในเรื่องการตรงต่อเวลา ความมีอุตสาหกรรม ขยันอดทน ความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะมัคคุเทศก์ถือเป็นตัวแทนของสถานประกอบการในการนำนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่กำหนด ทุกเวลาจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว ความตรงต่อเวลาจึงเป็นคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญสูงสุด อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาจากต่างถิ่น คาดหวังกับมัคคุเทศก์ในเรื่อง ความซื่อสัตย์ ไว้วางใจได้ซึ่งเป็นคุณลักษณะทางคุณธรรมและจรรยาบรรณที่สำคัญ สามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการ หรือชักชวนผู้อื่นมาใช้บริการของบริษัทได้ (ฉันทวีวรรณถนอม, 2557) ดังนั้นจึงเป็นคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการต้องการมากในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับสุดารัตน์ หมวดอินทร์ (2558) และงานวิจัยของสุภาวดี ล้อมหมางค (2545) พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความซื่อสัตย์ไว้วางใจได้เป็นอันดับหนึ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า มัคคุเทศก์ควรมีความรับผิดชอบ ส่วนความเห็นเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ควรตรงต่อเวลา ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความเห็นว่าสำคัญเป็นลำดับที่ 1 อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระพงษ์ ดวงสนิท (2545) พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับดีคือ คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบโดยเฉพาะการตรงต่อเวลาและความซื่อสัตย์สุจริต

4. คุณลักษณะด้านความรู้ทางวิชาชีพมีความคาดหวังในระดับน้อยที่สุดแต่อยู่ในระดับมาก โดยคาดหวังในเรื่องความเข้าใจธรรมชาติอุปนิสัยของประชากรแต่ละชาติของประเทศในอาเซียนอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประเทศไทยได้เปรียบทั้งในเรื่องแหล่งทำเลที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมในอาเซียน ประกอบกับเรามีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศอาเซียนให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี สิ่งที่สำคัญคือแต่ละประเทศมีการนับถือศาสนา วัฒนธรรม และมีนิสัยใจคอที่แตกต่างกัน ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เป็นมัคคุเทศก์ต้องศึกษา

เพื่อปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกคุณลักษณะที่คาดหวังรองลงมาคือมีความรู้เกร็ดความรู้ทั่วไปเพื่อเสริมการบรรยายแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของไทย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี ล้อมหามงคล (2545) มีความเห็นว่ามัคคุเทศก์จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง นอกจากนี้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับเกร็ดความรู้อื่นๆ ในการเสริมการบรรยายแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ

โดยสรุป คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยตามคาดหวังผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในด้านเจตคติ ทักษะ และบุคลิกภาพมาก สาเหตุอาจเป็นเพราะสถานศึกษาที่ผลิตมัคคุเทศก์ไม่ว่าจะเป็นหลักสูตรในระดับปริญญาหรือหลักสูตรระยะสั้นมักให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านความรู้ทางวิชาชีพซึ่งเป็นการเรียนการสอนในทางทฤษฎี มากกว่าด้านเจตคติ ทักษะและบุคลิกภาพ สอดคล้องกับ ภราเดช พยัคฆวิเชียร (2545) ที่ว่าการเรียนในปัจจุบันเน้นทฤษฎีมากกว่าปฏิบัติ นอกจากนี้หลักสูตรที่สถานศึกษาให้การอบรมเป็นหลักสูตรระยะสั้นโดยอบรมเพียง 3 เดือนก็สามารถประกอบวิชาชีพมัคคุเทศก์ ทำให้มัคคุเทศก์ปัจจุบันไม่มีมาตรฐานเท่าที่ควรจะเป็น โดยเฉพาะในด้านของเจตคติและบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นลักษณะที่เปลี่ยนแปลงได้ยากจะต้องใช้เวลาในการอบรมบ่มเพาะ แต่หากเป็นหลักสูตรระยะสั้น ก็ส่งผลให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเจตคติและบุคลิกภาพของผู้เรียนให้เป็นไปในแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องการได้

2. ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ตามตัวแปรลักษณะการประกอบกิจการ และรายได้จากการประกอบกิจการแล้ว พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมดิษดี พิศาลก้อสกุล (2549) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการทุกคน เจ้าของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการบริการท่องเที่ยวต่างประเทศหรือภายในประเทศหรือรายได้จากการประกอบการมากหรือน้อย ต่างก็มุ่งหวังผลลัพธ์ในการประกอบการเชิงบวกในเชิงเศรษฐศาสตร์ ต้องการได้รับผลกำไรทางธุรกิจ และเชิงจิตวิทยาสังคมต้องการให้ผู้บริโภค ชื่นชม กล่าวขวัญในทางที่ดีงาม การมีมัคคุเทศก์ที่ดี มีคุณภาพ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของบริษัทมากที่สุด จึงเป็นความคาดหวังอันสูงสุดเหมือนกันทุกคน ไม่ว่าคนนั้นจะเป็นเจ้าของผู้ประกอบการประเภทใด แต่เมื่อพิจารณาตัวแปรขนาดของสถานประกอบการและระยะเวลาในการประกอบกิจการ จะพบว่า ผู้ประกอบการมีความคาดหวัง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในสถานประกอบการขนาดกลาง มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของมัคคุเทศก์ชาวไทย มากกว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในสถานประกอบการขนาดเล็ก เท่ากับ 0.1048 แตกต่างจากงานวิจัยของ สมดิษดี พิศาลก้อสกุล (2549) ที่พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ตามตัวแปรขนาดของสถานประกอบการและ ระยะเวลาในการประกอบการ พบว่า ไม่มีความแตกต่าง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ขนาดของสถานประกอบการและระยะเวลาในการประกอบกิจการเป็นสิ่งที่บ่งบอกศักยภาพในการบริหารงาน ความมั่นคงของสถานะและภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหากองค์กรมีขนาดที่เหมาะสม และระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยาวนาน มีความชัดเจนในด้านภาพลักษณ์ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและตัดสินใจ

เลือกใช้บริการจากบริษัทท่องเที่ยวอื่น ๆ ประกอบกับปัจจุบันสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีจำนวนมาก มีทั้งในส่วนนักท่องเที่ยวคนไทยเป็นเจ้าของ และสถานประกอบการที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติร่วมลงทุน ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันสูง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีขนาดและระยะเวลาในการประกอบกิจการต่างกันมีความคาดหวังคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยแตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีขนาดและระยะเวลาในการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ภาครัฐและสถานประกอบการควรคำนึงถึงการพัฒนาคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ด้านเจตคติและทักษะเป็นสำคัญ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า เป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์มากที่สุดอยู่ในระดับมากโดยควรมุ่งส่งเสริมให้มัคคุเทศก์มีความจงรักภักดีต่อองค์กร มีใจรักในงานบริการ ตรงต่อเวลา มีความสามารถในการประสานงานกับผู้อื่น ตลอดจนทักษะในการพูดภาษาอังกฤษ ทั้งนี้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเชิงคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงมาเที่ยวประเทศไทยมากยิ่งขึ้น
2. กระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาปรับปรุง หลักสูตรในสาขาวิชาชีวมัคคุเทศก์ให้เป็นที่ยอมรับและมีมาตรฐานเดียวกันทั้งในหลักสูตรระดับปริญญา และหลักสูตรระยะสั้น ทั้งใน ส่วนคุณภาพของหลักสูตร และความพร้อมของผู้จบจากหลักสูตรดังกล่าวในการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ซึ่งถือเป็นตัวแทนในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย
3. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรพิจารณาให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่ มัคคุเทศก์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากลักษณะงานของมัคคุเทศก์มีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่สูง ทำให้ผู้ที่จบในสาขาวิชาชีวดังกล่าวไม่ทำงานในสาขาวิชานี้ อันจะเป็นแรงจูงใจให้ผู้สนใจทำงานในสาขาวิชาชีวมัคคุเทศก์มากขึ้น และธุรกิจท่องเที่ยวก็จะสามารถคัดเลือกผู้ที่มีความสามารถในการประกอบอาชีพดังกล่าวได้มากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น จึงควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงกว้างและเชิงลึกได้อย่างละเอียดลึกซึ้งมากขึ้นหรืออาจทำการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) โดยอาจจะทำวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ หลังจากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลมาสนับสนุนผลการวิจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐาน และที่สำคัญยังจะได้ข้อมูลสำคัญที่จะนำมาอภิปรายถึงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน การวิจัยได้อย่างละเอียดยิ่งขึ้น
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทยตามความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์

ชาวไทยในมุมมองของผู้รับบริการคือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอันจะได้ข้อมูลผลการวิจัยที่ลึกซึ้งและชัดเจนขึ้น

3. ควรมีการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับในวิชาชีพนี้และบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาวิชาชีพมัคคุเทศก์อย่างที่จะเป็นอีกมุมมองหนึ่ง

## เอกสารอ้างอิง

- Chaoram, T. (2014). *Rupbæp kâphatthana khunnalaksana bandit thî moşom to kañ patibat ngāñ saī ‘āchîp thoṅgthîeo nai Prachākhom ‘Āsīan* [The graduate characteristics development model that is appropriate for the vocational career in the ASEAN Community] (Master's thesis). Faculty of Education, Chulalongkorn University, Bangkok. (in Thai)
- ธนาศิริ ชะระอำ. (2557). *รูปแบบการพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานสายอาชีพท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Chareonwongsak, K. (2013). *Prachākhom setthakit ‘Āsīan læ lo kāphiwat : phonkrathop to kânthoṅgthîeo Thai*. [ASEAN Economic Community and globalization: Impact on Thai Tourism]. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/503503> (in Thai)
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและโลกาภิวัตน์: ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/503503>
- Department of Tourism. (2012). *Yutthasāt nai kâphatthana ‘utsāhakam thoṅgthîeo praçham pī soṅgphanhārōjhāsiphā - soṅgphanhārōjhāsippæť* [Strategies for the development of tourism industry for the years 2012-2015]. Bangkok: Department. (in Thai)
- กรมการท่องเที่ยว. (2555). *ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประจำปี 2555-2558*. กรุงเทพฯ: กรม.
- DuangSanit, P. (2002). *Khwaṁkhithen khōṅ nakthōṅgthîeo chāo tādng chāt thī mī tō kânhai bōrikān khōṅ makkhuthēt nai Changwat Chīang Rāi* [The opinions of foreign tourists towards the service of guides in Chiang Rai Province] (Research report). Chiang Mai University, Chiang Mai. (in Thai)
- พีระพงษ์ ดวงสนิท. (2545). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Hinkaew, W. (2010). *Rāingān kânpachum chomrom makkhuthēt phāsā Yæřaman* [Report of the German Guides Club]. Bangkok: Office of Tourism Development, Department of Tourism. (in Thai)
- วิฑูรย์ หินแก้ว. (2553). *รายงานการประชุม ชมรมมัคคุเทศก์ ภาษาเยอรมัน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย.../นันทพร และ ชญาณิศ, น. 1-14.

- Lertthirada, S. (2008). *Nāēothāng kānphatthanā bukkhalākḥṇai 'utsāhakam kānthōngthīeo: Kōrānī suksā 'āchīp makkhuthēt* [Guidelines for personnel development in the tourism industry: Case studies of professional guides] (Independent research Master). Srinakharinwirot University, Bangkok. (in Thai)
- สิทธิโชค เลิศธีรดา. (2551). *แนวทางการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอาชีพมัคคุเทศก์* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- Lormahamongkhon, S. (2002). *Khunnalaksana naksuksā fuk ngān thī phung prasong khōng thurakit namthīeo* [Desirable student internship characteristics of tour business] (Independent research Master of Arts). Tourism Industry Management, Chiang Mai University, Chiang Mai. (in Thai)
- สุภาวดี ล้อมหามงคล. (2545). *คุณลักษณะนักศึกษาฝึกงานที่พึงประสงค์ของธุรกิจนำเที่ยว* (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Ministry of Tourism and Sports. (2015). *Phāēnyutsātkānthōngthīeo Thai Phō.Sō. Sōngphanhāroḥāsippāet-Sōngphanhāra 'ayahoksip* [Thai Tourism Strategy Plan 2015-2660]. Bangkok: Ministry. (in Thai).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2660*. กรุงเทพฯ: กระทรวง.
- Muad-in, S. (2015). *Panhā makkhuthēt læ nāēothāng kāēkhai* [Guide problems and solutions]. (n.d.). (in Thai)
- สุดารัตน์ หมวดอินทร์. (2558). *ปัญหามัคคุเทศก์และแนวทางแก้ไข*. (ม.ป.ท.)
- Noiphayak, W. (2017). *Dung 'Asīan thīeo Thai* [Pulls ASEAN travel to Thailand]. Retrieved from <https://www.posttoday.com/aec/news/556103> (in Thai)
- วัลลัษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2560). *ดึงอาเซียนเที่ยวไทย*. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/aec/news/556103>
- Phayakkhawichian, B. (2002). *Wisaitat læ nāēo khwāmkhith nai kānphatthanā kānthōngthīeo* [Vision and concepts in tourism development]. *Tourism Journal*, 21(1): 6-19. (in Thai)
- ภราเดช พยัคฆ์เขียว. (2545). *วิสัยทัศน์และแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยว*. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 21(1): 6-19.
- Pisarnkunsakul, S. (2006). *Khunnalaksana khōng makkhuthēt tām khwāmkhītwang khōng phūprakḥphurakit thōngthīeo nai Krung Thēp Mahā Nakhḥṇ* [Characteristics of tour guides according to the expectations of tourism operators in Bangkok] (Thesis Master). Recreation management, Faculty of Physical Education, Srinakharinwirot University, Bangkok. (in Thai)
- สมดิษฐ์ พิศาลก่องสกุล. (2549). *คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สาขาการจัดการนันทนาการ, คณะพลศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- SittiLo, S. (2015). *Thōngthīeo Thai kāo klai 'Asīan* [Travel to Thailand beyond ASEAN]. *Journal of Business Administration Economics and Communication*, 10(2), 1-4. (in Thai).
- สุวัตร สิทธิหล่อ. (2558). *ท่องเที่ยวไทยก้าวไกลอาเซียน*. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 10(2), 1-4.

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมัคคุเทศก์ชาวไทย.../นันทพร และ ชญาณิศ, น. 1-14.

Sripana, S. (2011, November 21). [Thailand travel adapt to the ASEAN community]. *Bangkok Business*.  
(in Thai)

ศรีรัตน์ ศรีปานะ. (2554, พฤศจิกายน 21). *ท่องเที่ยวไทย ปรับตัวสู่ประชาคมอาเซียน*. กรุงเทพฯธุรกิจ.

Sucharinphong, P. (2010). *Makkhuthēt* [Guide] (3rd ed.). Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai)

พิมพ์พรรณ สุจารินพงษ์. (2553). *มัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Wannathanom, C. (2014). *Lakkān makkhuthēt* [Guiding principle]. Bangkok: Fueng Fah Printing. (in Thai)

ฉันทิช วรรณถนอม. (2557). *หลักการมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.

Yamane, Taro. (1970). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed). Tokyo: John Weatherhill.