

แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

GUIDELINES FOR IMPROVING TOUR GUIDES' COMPETENCY TO CREATE
TOURIST EXPERIENCE TO THAI TOURISTS FOR INCENTIVE TRAVEL

เจนนิสตรา สิริศรีเสริมวงศ์ *

Jennistra Sirisrisroemwong

Corresponding Author E-mail: jennistra.sir@stu.nida.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย ประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ 2) เสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางท่องเที่ยวประเภทการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 300 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ และหาอิทธิพลของตัวแปร โดยใช้ ค่าสถิติ One-way ANOVA และค่าสถิติการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยด้านสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย พบว่า สมรรถนะด้านความรู้ ได้แก่ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมาย และความรู้และข้อมูลทั่วไป สมรรถนะด้านทักษะ ได้แก่ ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทักษะการนำเสนอ สื่อความหมาย และนักการขาย ทักษะนันทนาการ ทักษะวิชาชีพ ทักษะการใช้สื่อสังคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการสร้างประสบการณ์ สมรรถนะด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความภาคภูมิใจในงาน การตรงต่อเวลา การมีมนุษยสัมพันธ์ดี และจริยธรรมและจรรยาบรรณ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ 1) การเสริมสร้างสมรรถนะของมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ 2) การเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล, นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล, สมรรถนะมัคคุเทศก์

* คณะการจัดการการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the competency factors of tour guides to create tourist experience to Thai tourists for incentive travel. It consists of knowledge, skills, and attributes 2) to propose guidelines for improving tour guides' competency to create tourist experience to Thai tourists for incentive travel. By using quantitative approach. Sample consisted of 300 incentive tourists in Bangkok responding for questionnaires. The data were statistically analyzed by means of descriptive statistics in terms of frequency, percentage, mean, and standard deviation and inferential statistics including one-way ANOVA and multiple regression.

The results of this research found that:

1. As for the competency factors of tour guides to create tourist experience to Thai tourists for incentive travel, it was found that the knowledge competence were information technology knowledge, knowledge of the assignment, and general knowledge. Skill competences were problem solving skills, presentation and sales skills, recreational skills, professional skills, social media, and information technology skills. And attribute competence was pride in work, punctuality, good human relations, and ethics. There is a positive correlation with the travel experience.

2. Finding of this study could be analyzed and transformed to be guidelines the efficiency of Improving tour guides competency to create tourist experience to Thai tourists for incentive travel which is divided into 2 aspects: 1) Strengthening the competence of tour guides to create tourist experience to Thai tourists for incentive travel and 2) Enhancing tourism experiences for Thai tourists for incentive travel.

Keywords: Incentive tourist, Incentive travel, Tourist guide's competency

บทนำ

ปัจจุบัน ธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือที่นิยมเรียกกันโดยรวมว่า ธุรกิจไมซ์ (MICE) ประกอบด้วย การจัดประชุมทั่วไป (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดประชุมขนาดใหญ่อย่างเป็นทางการขององค์กร (Convention) และการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ได้รับการยอมรับมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตสูงและมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้อย่างมากมายมหาศาล ก่อให้เกิดอาชีพใหม่และเกิดการจ้างงานให้แก่ประเทศ อีกทั้งยังก่อให้เกิดองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนนวัตกรรม การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการลงทุน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2554)

ตามที่รัฐบาลได้มีนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศนั้น TCEB ได้เล็งเห็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ Incentives ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจไมซ์ และเป็นธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถช่วยผลักดันให้เกิด

การกระจายรายได้สู่ภูมิภาคและกระตุ้นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในท้องถิ่นชุมชน TCEB จึงเสนอมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านกลุ่มเป้าหมายองค์กรและบริษัท เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุมสัมมนาให้มีการเดินทางภายในประเทศสูงขึ้น โดยเฉพาะในช่วง นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้นให้ขับเคลื่อนไปได้ตามเป้าหมายของรัฐบาล (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) และข้อมูลสถิติจาก Thailand Convention and Exhibition Bureau (2020) พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2017-2019) ทำรายได้รวม 2,145 ล้านบาท มีนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำนวน 535,401 คน และมีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ

จากการศึกษายุทธศาสตร์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจาก กรมการท่องเที่ยว (2561) ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561 - 2564) แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2560 - 2564) แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 - 2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นอาชีพที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ศักยภาพ สมรรถนะของมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและตรงตามความต้องการของตลาด ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ในปัจจุบัน มัคคุเทศก์ไทยกำลังประสบปัญหาทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ สำหรับปัญหาในเชิงคุณภาพ คือ ระบบการศึกษาผลิตมัคคุเทศก์ที่ยังขาดคุณภาพ ในขณะที่ปัญหาเชิงปริมาณ คือ มีการสงวนอาชีพนี้ไว้ให้เฉพาะสำหรับคนไทย แต่ระบบการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ยังถือได้ว่าขาดคุณภาพ ทำให้ปริมาณของมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพไม่เพียงพอ กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูง ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหามัคคุเทศก์เถื่อนรุนแรงขึ้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2556)

ในขณะเดียวกัน สถานการณ์และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันก็ให้ความสำคัญกับประสบการณ์มากกว่าวัตถุ โดยรายงานทางวิชาการหลายฉบับเห็นตรงกันว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกจะให้ความสำคัญกับความพึงพอใจใน “ประสบการณ์” ที่ได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับความพึงพอใจจาก “วัตถุ” กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเน้นการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอประสบการณ์ที่น่าสนใจและแปลกใหม่มากขึ้นแทนการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบหรูหราและการจับจ่ายซื้อของระหว่างการท่องเที่ยวดังเช่นแต่ก่อน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

จากการรวบรวมงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสมรรถนะมัคคุเทศก์ สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจไมซ์ และประสบการณ์การท่องเที่ยว พบว่าไม่ค่อยมีงานวิจัยใดที่ทำการศึกษาศมรรถนะของมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 2) แนวคิดเกี่ยวกับมัคคุเทศก์

นำทีมนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะมัคคุเทศก์นำทีมนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกำหนดสมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย สมมติฐานที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะของมัคคุเทศก์ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย และ สมมติฐานที่ 3 สมรรถนะด้านคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ในประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันและเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

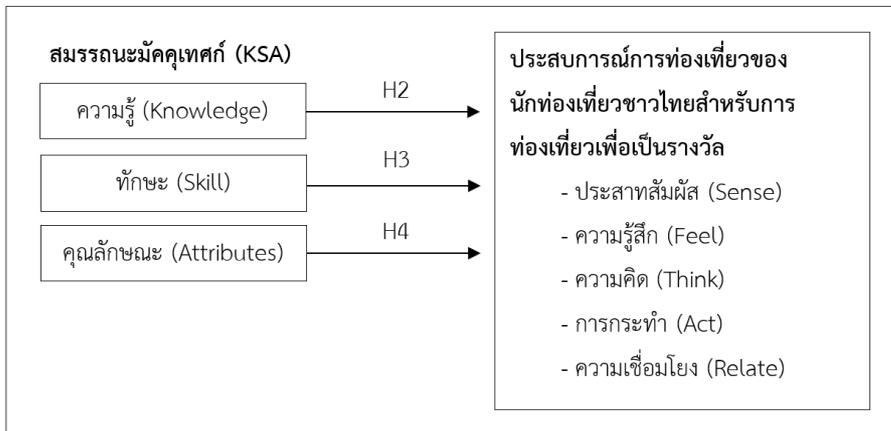
1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2) ตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางท่องเที่ยวประเภทการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้วิจัยเลือกใช้การประมาณค่าขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power (Faul, 2009) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 257 คน เพื่อป้องกันการคาดเคลื่อนของข้อมูลผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

1.2 ตัวแปร

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ สมรรถนะมัคคุเทศก์นำทีมนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปัจจุบัน และสมรรถนะมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge) สมรรถนะด้านทักษะ (Skill) และสมรรถนะด้านคุณลักษณะ (Attribute)

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วย ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sense) ประสบการณ์ความรู้สึก (Feel) ประสบการณ์ความคิด (Think) ประสบการณ์การกระทำ (Act) และประสบการณ์ความเชื่อมโยง (Relate)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

1.3 เนื้อหา

ศึกษาสมรรถนะมีคคุเทศก์ (KSA) ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge) สมรรถนะด้านทักษะ (Skill) และ สมรรถนะด้านคุณลักษณะ (Attribute) (McClelland, 1973) ที่ จะส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sense) ประสบการณ์อารมณ์ (Feel) ประสบการณ์ความคิด (Think) ประสบการณ์การกระทำ (Act) และประสบการณ์ความเชื่อมโยง (Relate) (Schmitt, 1999)

1.4 ระยะเวลา เดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2565

1.5 สถานที่ พื้นที่ในการศึกษาครั้งที่ คือ เขตกรุงเทพมหานคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection instruments)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณโดย แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสำคัญของสมรรถนะมีคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ สมรรถนะด้านทักษะ และสมรรถนะด้านคุณลักษณะ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย ประกอบด้วย ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส ประสบการณ์อารมณ์ ประสบการณ์ความคิด ประสบการณ์การกระทำ และ ประสบการณ์ความเชื่อมโยง โดยลักษณะของแบบสอบถาม 2 ส่วนแรก เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Ration Scales) 5 ระดับ โดย 5 หมายถึง ระดับความสำคัญ/

ความคิดเห็นมากที่สุด และ 1 หมายถึง ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อยที่สุด ตามลำดับ และใช้เกณฑ์การแปลผลของตัวแปรจากค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ/ความคิดเห็น โดย 1.00-1.80 หมายถึง ความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อยที่สุด 1.81-2.60 หมายถึง ความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อยน้อย 2.61-3.40 หมายถึง ความสำคัญ/ความคิดเห็นปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง ความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อยมาก และ 4.21-5.00 หมายถึง ความสำคัญ/ความคิดเห็นมากที่สุด และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยการใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ทำงานให้กับองค์กร ประเภทธุรกิจขององค์กร และสถานภาพ จากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร ด้านวิชาการ และด้านการวัดและประเมินผล โดยนำมาวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล และความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะมัคคุเทศก์ที่จำเป็นต้องมีในการนำนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequencies) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติเชิงได้แก่ ค่าสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 เพื่อทดสอบทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย

3. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

3.1 แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Ration Scales) 5 ระดับ ของแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของสมรรถนะมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ทางสถิติสำหรับการวิจัย Statistical package for science: SPSS 23

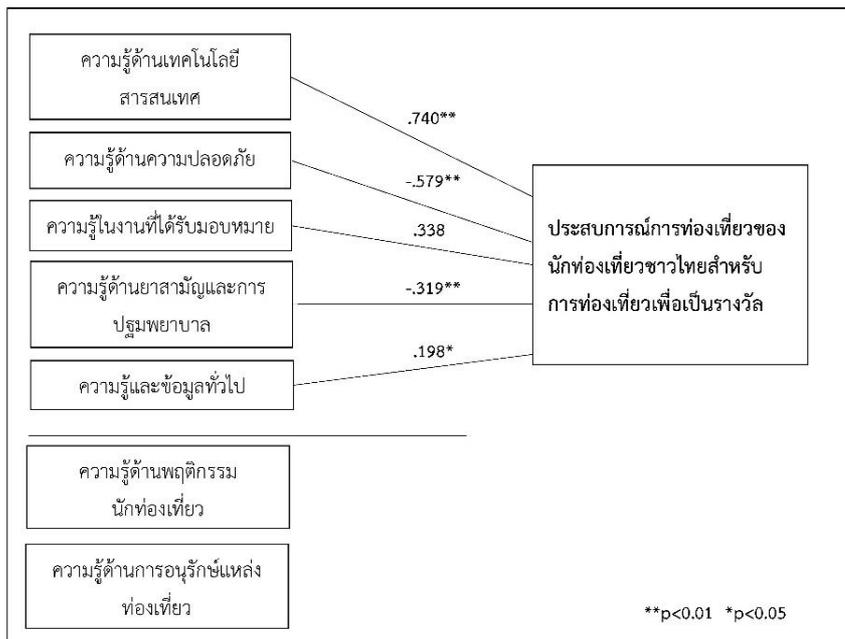
3.2 การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะมัคคุเทศก์ด้านความรู้ สมรรถนะมัคคุเทศก์ด้านทักษะ และสมรรถนะมัคคุเทศก์ด้านคุณลักษณะ กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ทางสถิติสำหรับการวิจัย Statistical package for science: SPSS 23

3.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ระหว่างสมรรถนะมัคคุเทศก์ด้านความรู้ สมรรถนะมัคคุเทศก์ด้านทักษะ และสมรรถนะมัคคุเทศก์ด้านคุณลักษณะ กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ทางสถิติสำหรับการวิจัย Statistical package for science: SPSS 23

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย

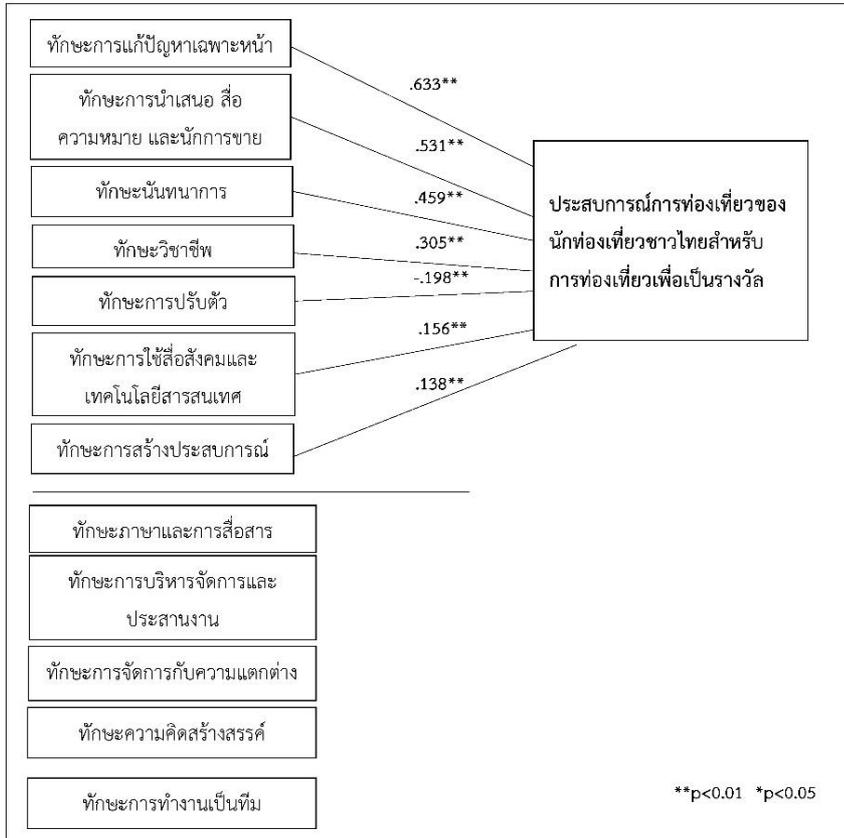
1. สมรรถนะด้านความรู้ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ ความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมาย และความรู้และข้อมูลทั่วไปตามลำดับ ในขณะที่ ความรู้ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด และรองลงมาคือความรู้ด้านยาสามัญและการปฐมพยาบาล โดยที่ความรู้ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สรุปผลการวิจัยสมรรถนะด้านความรู้ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

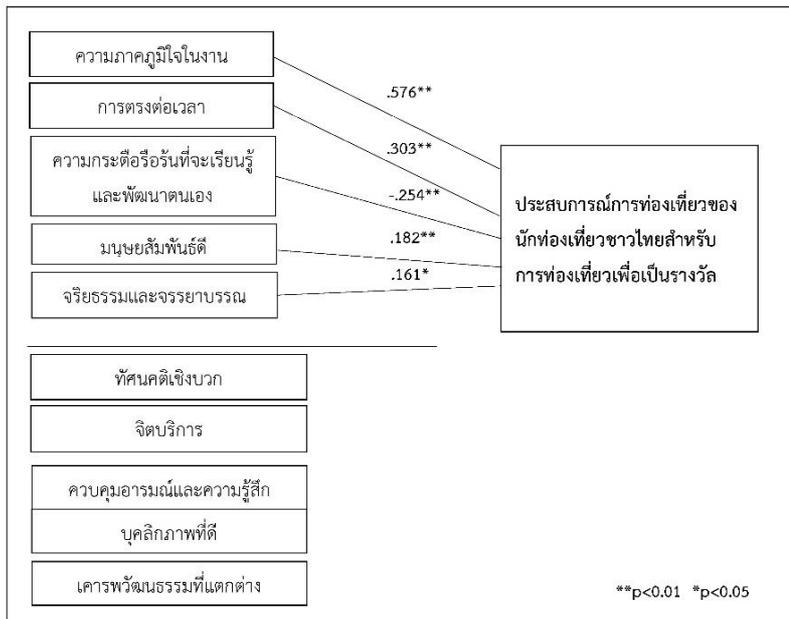
2. สมรรถนะด้านทักษะที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ ทักษะการนำเสนอ สื่อความหมาย และนักการขาย ทักษะนันทนาการ ทักษะวิชาชีพ ทักษะการใช้สื่อสังคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการสร้างประสบการณ์ตามลำดับ ในขณะที่ ทักษะการปรับตัว มีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยที่ทักษะภาษาและการสื่อสาร ทักษะการ

บริหารจัดการและประสานงาน ทักษะการจัดการกับความแตกต่าง ทักษะความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการทำงานเป็นทีม ไม่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 สรุปผลการวิจัยสมรรถนะด้านทักษะที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

3. สมรรถนะด้านคุณลักษณะที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ความภาคภูมิใจในงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ การตรงต่อเวลา การมีมนุษยสัมพันธ์ดี และจริยธรรมและจรรยาบรรณตามลำดับ ในขณะที่ ความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเอง มีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยที่ ทักษะคิดเชิงบวก จิตบริการ ควบคุมอารมณ์และความรู้สึกบุคลิกภาพที่ดี ความภาคภูมิใจในงาน และการเคารพวัฒนธรรมที่แตกต่าง ไม่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 สรุปผลการวิจัยสมรรถนะด้านคุณลักษณะที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

4. แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ เพื่อสร้างประสิทธิภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

4.1 แนวทางที่ 1 การเสริมสร้างสมรรถนะของมัคคุเทศก์ เพื่อสร้างประสิทธิภาพการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1) พัฒนา ส่งเสริม และยกระดับสมรรถนะด้านความรู้ให้กับมัคคุเทศก์

1.1) ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดให้มีการเรียนการสอน ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ เทคโนโลยีเพื่อการนำทางระบบ GPS เทคโนโลยีเพื่อการสืบค้นข้อมูลสำหรับการนำเที่ยวและเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารและประสานงาน เช่น การสื่อสารและประสานงานผ่านทางไลน์ (Line) เป็นต้น

1.2) ความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมาย จัดให้มีการเรียนการสอน ให้ความรู้เกี่ยวกับ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับหมาย ตั้งแต่ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทางและหลังการเดินทาง รวมถึงหน้าที่สำคัญของงานที่ได้รับมอบหมาย

1.3) ความรู้และข้อมูลทั่วไป จัดให้มีการเรียนการสอน ให้ความรู้เกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว สภาพภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคมการเมือง การปกครอง วิถีชีวิต วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ เทศกาลงานประเพณีที่สำคัญ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของผู้คนในแต่ละภาค ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในท้องถิ่น กฎระเบียบและข้อปฏิบัติของสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึง ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปที่สำคัญของบริษัทนำเที่ยว การให้ข้อมูลการเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่าง

2) ฝึกอบรมและยกระดับสมรรถนะด้านทักษะให้กับมัคคุเทศก์

2.1) ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในระหว่างการปฏิบัติงาน การมีสติ ใช้ศักยภาพและหาแนวทางในการจัดการกับปัญหาเหล่านั้น โดยให้กระทบกับนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อนักท่องเที่ยวและองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่

2.2) ทักษะการนำเสนอ สื่อความหมาย และนักการขาย จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการนำเสนอ การเล่าเรื่อง การสื่อความหมาย รวมถึง ทักษะการขาย นำเสนอขายสินค้าและบริการได้อย่างเหมาะสม

2.3) ทักษะนันทนาการ จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะนันทนาการ การสร้างบรรยากาศการนำเที่ยวให้มีชีวิตชีวา สนุกสนาน รวมถึงการใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

2.4) ทักษะวิชาชีพ จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ไม่ว่าจะเป็นทักษะในการปฏิบัติงานรับส่งนักท่องเที่ยว การปฏิบัติงานระหว่างการเดินทาง การนำเที่ยว การทำงานอย่างเป็นระบบตามกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงการดูแลสวัสดิภาพและความปลอดภัยตลอดการเดินทาง

2.5) ทักษะการใช้สื่อสังคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาทักษะการใช้สื่อสังคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมไปถึงสื่อสังคม (Social media) มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สามารถประยุกต์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงนักท่องเที่ยว เช่น การใช้ไลน์ (Line) ในการส่งข้อมูล ข่าวสาร หรือรูปภาพให้กับนักท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ หรือบริษัทนำเที่ยว มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเล่าเรื่องระหว่างนำเที่ยว เช่น การใช้ไอแพด (iPad) ในการนำเสนอรูปภาพต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย และการนำไมโครโฟนไร้สายมาใช้ในการสื่อสารและเล่าเรื่องโดยนักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องอยู่กับมัคคุเทศก์ตลอดเวลา เป็นต้น

2.6) ทักษะการสร้างประสบการณ์ จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะทักษะการเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความพึงพอใจใน “ประสบการณ์” ที่ได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับความพึงพอใจจาก “วัตถุ” ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องมีทักษะนำเสนอประสบการณ์ที่น่าสนใจและแปลกใหม่

3) ส่งเสริม ปลูกฝัง และยกระดับสมรรถนะด้านคุณลักษณะให้กับมัคคุเทศก์

3.1) ความภาคภูมิใจในงาน ควรส่งเสริมและปลูกฝังความภาคภูมิใจในอาชีพของตน รวมถึงการมีใจรักในงานบริการ เน้นการสร้างคุณภาพในการปฏิบัติงานและตั้งใจปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงพยายามปรับปรุงแก้ไขในส่วนบกพร่องของตนเองและรักษามาตรฐานการทำงานที่ดีให้ได้ตลอดไป

3.2) การตรงต่อเวลา ควรส่งเสริมและปลูกฝังการตรงต่อเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นการรับ - ส่งนักท่องเที่ยวจากสนามบินหรือโรงแรมที่พัก การกำหนดเวลาเดินทางในการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ การนัดหมายเวลากับนักท่องเที่ยว ซึ่งการผิดนัดหรือการไม่ตรงต่อเวลา นอกจากจะเป็นการเสียมารยาท ยังอาจเกิดความเสียหายในการปฏิบัติงานด้วย

3.3) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ควรส่งเสริมและปลูกฝังการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มองโลกในแง่ดี มีความสุข สดชื่น ร่าเริง มีอารมณ์ขัน มีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือยินดีที่ได้เห็นผู้อื่นมีความสุข มีความเอื้อเฟื้อ มีอัธยาศัย และไม่ก้าวร้าว สิ่งเหล่านี้จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

3.4) จริยธรรมและจรรยาบรรณ ควรส่งเสริมและปลูกฝังการยึดหลัก จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพมัคคุเทศก์ ได้แก่ (1) เคารพในชาติศาสนาพระมหากษัตริย์ (2) เลื่อมใสในการปกครองระบอบประชาธิปไตย (3) ยึดมั่นในศาสนาที่ตนนับถือและไม่ลบหลู่ศรัทธาในศาสนาอื่น (4) ตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบ (5) ประกอบอาชีพด้วยความสุจริต และมีความประมาดตนพร้อมทั้งมีความเข้าใจเพื่อนมนุษย์ (6) รักและศรัทธาในอาชีพมัคคุเทศก์

2. แนวทางที่ 2 แนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2.1 เสริมสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sense) ให้กับนักท่องเที่ยว มุ่งเน้นส่งเสริมการสร้าง "ความรู้ความเข้าใจ" ในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว ให้เกิดประสบการณ์การได้รับความรู้และการเรียนรู้ เช่น การได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรมระหว่างการเดินทาง เป็นต้น

2.2 เสริมสร้างประสบการณ์ด้านอารมณ์ (Feel) ให้กับนักท่องเที่ยว มุ่งเน้นส่งเสริมและสร้างกิจกรรมที่แปลกใหม่และท้าทาย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานและความบันเทิง รวมถึงรู้สึกมีคุณค่าจากการได้รับและได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการเดินทาง นอกจากนี้ควรพัฒนาและยกระดับการสร้างประสบการณ์ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินในการเดินทาง การได้พักผ่อน รู้สึกคุ้มค่าและเกิดคุณค่าจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับและได้มีส่วนร่วมในการได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคม เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ด้านความคิด (Think) ให้กับนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มเติมกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และการต่อยอดในการทำงานได้ รวมไปถึงทำให้การเกิดความคิดต่อยอดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การวางแผนทำธุรกิจใจในแหล่งท่องเที่ยว หรือวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

2.4 เสริมสร้างประสบการณ์ด้านการกระทำ (Act) ให้กับนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มเติมกิจกรรมในการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป้าหมายประสบการณ์ทางกายภาพของลูกค้า แสดงให้เห็นทางเลือกในการทำสิ่งต่าง ๆ วิธีชีวิตทางเลือกและการมีปฏิสัมพันธ์ การทำ

กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมล่องแก่ง ดำน้ำดูปะการัง กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการเดินทาง เป็นต้น รวมไปถึงการทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน หรือกิจกรรมสร้างสรรค์ที่แตกต่างและไม่เหมือนใคร กิจกรรมการมีส่วนร่วมทำประโยชน์ให้สังคม เช่น การได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ อาทิ ปลูกป่า ปลูกปะการัง บริจาคสิ่งของให้ผู้ด้อยโอกาส หรือเก็บขยะริมชายหาด เป็นต้น รวมไปถึงกิจกรรมที่ทำร่วมกับคนในท้องถิ่น เช่น เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เรียนรู้และร่วมสนุกสนานกับการแสดงพื้นบ้านในชุมชน เป็นต้น และการซื้อของที่ระลึก เช่น อาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น

2.5 เสริมสร้างประสบการณ์ด้านความเชื่อมโยง (Relate) ให้กับนักท่องเที่ยว ควรส่งเสริมการสร้างกิจกรรมในระหว่างการเดินทาง ที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน เรียนรู้กับผู้ร่วมเดินทางพัฒนาและยกระดับและพัฒนาการสร้างความประทับใจในการเดินทาง เพื่อทำให้เกิดชักชวนครอบครัว เพื่อน หรือคนรอบข้างให้กลับไปเที่ยว รวมถึง บอกต่อประสบการณ์ต่าง ๆ ถึงความประทับใจในการเดินทาง

อภิปรายผลการวิจัย

1. สมรรถนะด้านความรู้ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ ความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมาย และความรู้และข้อมูลทั่วไปตามลำดับ ในขณะที่ ความรู้ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด และรองลงมาคือความรู้ด้านยาสามัญและการปฐมพยาบาล สอดคล้องกับการศึกษาของ วัชรภรณ์ สุรภี และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556) ทำการศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย พบว่าความรู้และความเข้าใจในงานที่ได้รับผิดชอบ เทคนิคการจัดงานต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเพิ่มคุณค่าของงานเป็นสมรรถนะด้านความรู้ที่สำคัญของบุคลากรในอุตสาหกรรม MICE อันจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และการเรียนรู้ อาทิ ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรมระหว่างการเดินทาง ฯลฯ รวมถึงได้รับประสบการณ์ความสนุกสนาน และความบันเทิง อาทิ ความบันเทิงจากการรับชมการแสดงในแหล่งท่องเที่ยว ความสนุกสนานในการทำกิจกรรมที่แปลกใหม่และท้าทาย ฯลฯ

2. สมรรถนะด้านทักษะที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด มีคหุเทศก์ต้องมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ต้องมีสติ ใช้ศักยภาพและหาแนวทางในการจัดการกับปัญหาเหล่านั้น

โดยให้กระทบกับนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อนักท่องเที่ยวและองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่ หากมีคฤหัสถ์ที่มีทักษะในการแก้ปัญหา นอกจากจะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจแล้ว ยังทำให้บริษัทนำเที่ยวเห็นคุณค่าของตัวมีคฤหัสถ์ด้วย (Tang, 2014; ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2563; กุลวรา สุวรรณพิมล, 2556) รองลงมาคือ ทักษะการนำเสนอ สื่อความหมาย และนักการขาย โดยมีคฤหัสถ์ต้องมีทักษะในการเล่าเรื่อง การสื่อความหมาย เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว (Tang, 2014) รวมถึงทักษะนันทนาการ เป็นทักษะที่มีคฤหัสถ์จะต้องฝึกฝน เพื่อสร้างบรรยากาศการนำเที่ยวให้มีชีวิตชีวา สนุกสนาน รวมถึงการใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จะต้องมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างเดินทางรวมถึงกิจกรรมนันทนาการในรูปแบบสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่มีการจัดให้ผู้ร่วมเดินทาง (ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2563; ฉันทซ์ วรรณถนอม, 2557)

3. สมรรถนะด้านคุณลักษณะที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ความภาคภูมิใจในงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงสุด โดยมีคฤหัสถ์ต้องมีความภาคภูมิใจในอาชีพของตน รวมถึงการมีใจรักในงานบริการ เน้นการสร้างคุณภาพในการปฏิบัติงานและตั้งใจปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงพยายามปรับปรุงแก้ไขในส่วนบกพร่องของตนเองและรักษามาตรฐานการทำงานที่ดีให้ได้ตลอดไป (Tang, 2014; กนกกานต์ แก้วนุช, 2561) รองลงมาคือ การตรงต่อเวลา มีคฤหัสถ์ต้องมีมารยาทในการตรงต่อเวลา ในการปฏิบัติหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นการรับ - ส่งนักท่องเที่ยวจากสนามบินหรือโรงแรมที่พัก การกำหนดเวลาเดินทางในการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ การนัดหมายเวลากับนักท่องเที่ยว ซึ่งการผิดนัดหรือการไม่ตรงต่อเวลา นอกจากจะเป็นการเสียมารยาท ยังอาจเกิดความเสียหายในการปฏิบัติงานด้วย (ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2563; ฉันทซ์ วรรณถนอม, 2557) รวมไปถึง การมีมนุษยสัมพันธ์ดี และจริยธรรมและจรรยาบรรณ มีคฤหัสถ์ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ โดยจะมีลักษณะมองโลกในแง่ดี มีความสุข สดชื่น ร่าเริง มีอารมณ์ขัน มีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือยินดีที่ได้เห็นผู้อื่นมีความสุข มีความเอื้อเฟื้อ มีอัธยาศัย และไม่ก้าวร้าว สิ่งเหล่านี้จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Jahwari & Sirakaya-Turk, 2016; ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2563; กุลวรา สุวรรณพิมล, 2556)

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

บทความวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึง ปัจจัยด้านสมรรถนะของมีคฤหัสถ์ทั้ง 3 ด้านที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมาย และความรู้และข้อมูลทั่วไป 2) สมรรถนะด้านทักษะ ประกอบด้วย ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ทักษะการนำเสนอสื่อความหมาย และการขาย ทักษะ

นันทนาการ ทักษะวิชาชีพ ทักษะการใช้สื่อสังคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการสร้างประสบการณ์ 3) สมรรถนะด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วย ความภาคภูมิใจในงาน การตรงต่อเวลา มนุษยสัมพันธ์ดี และจริยธรรมและจรรยาบรรณ รวมถึง ได้ทราบถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วย ประสบการณ์ด้านประสาทสัมผัส (Sense) ประสบการณ์ด้านความรู้สึก (Feel) ประสบการณ์ด้านความคิด (Think) ประสบการณ์ด้านการกระทำ (Act) และประสบการณ์ด้านความเชื่อมโยง (Relate) โดยองค์ความรู้ที่ได้สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอต่อการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ปัจจัยด้านสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สามารถนำไปใช้เป็นองค์ความรู้ใหม่และเพิ่มฐานข้อมูล ความรู้ด้านสมรรถนะมัคคุเทศก์และนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อยอดในการพัฒนาสมรรถนะมัคคุเทศก์นำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเป็นข้อมูลให้กับนักวิจัยที่สนใจในประเด็นการวิจัยที่คล้ายคลึงกัน

1.2 แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นแนวทางที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หน่วยงานรัฐบาล องค์กรเอกชน และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น บริษัทจัดการจุดหมายปลายทาง (DMC) เป็นต้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการคัดเลือกมัคคุเทศก์ การวางแผนพัฒนาฝึกอบรมสมรรถนะมัคคุเทศก์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2. ข้อเสนอสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายขอบเขตของการวิจัยในด้านพื้นที่ โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตปริมณฑลหรือต่างจังหวัดที่เคยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับประเทศต่อไป

2.2 ศึกษามุมมองจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสะท้อนมุมมองจากหลายบริบทและสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 ศึกษาข้อมูลเชิงลึกผ่านการสัมภาษณ์ร่วมด้วย ซึ่งจะได้นงานวิจัยเชิงคุณภาพสามารถนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ได้หลากหลายทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

แหล่งอ้างอิง

- กนกกานต์ แก้วนุช. (2561). การเสริมสร้างสมรรถนะสำหรับทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจนำเที่ยว
ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 19(36), 51-
60. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/153910
- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ของกรมการ
ท่องเที่ยว*. กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.
2560-2564)*. กองยุทธศาสตร์และแผนงานสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2556). *หลักการมัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). แสงดาว.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและโลกาภิวัตน์ : แนวทางการ
ปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทย* (2). Dr.dancando. [http://drdancando.com/
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและโลกาภิวัตน์-แนวทางการปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทย-2](http://drdancando.com/ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและโลกาภิวัตน์-แนวทางการปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทย-2)
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2557). *หลักการมัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563, 16 มกราคม). *ที่เล็บเปิดตัวโครงการ “ประชุมเมืองไทย ส่งเสริม
เศรษฐกิจไทย”*. <https://www.prachachat.net/tourism/news-411545>
- ไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (2563). *หลักการและการจัดการงานมัคคุเทศก์*.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิชราภรณ์ สุรณี และฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2556). การศึกษาความต้องการสมรรถนะของ
บุคลากรในอุตสาหกรรมจัดการประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
ของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 8(2), 82-88.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/54905>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2554). *อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย*.
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses
using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41, 1149-1160.
- Jahwari, D. S. A., & Sirakaya-Turk, E. (2016). Evaluating communication competency of tour
guides using a modified importanceperformance analysis (MIPA). *International
Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 195-218.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for Competence Rather than Intelligence. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*,
15(1-3), 53-67. doi:10.1362/026725799784870496

Tang, H. (2014). Constructing a competence model for international professionals in the MICE industry: An analytic hierarchy process approach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 15, 34-49.

Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2020). *MICE Statistics*. <https://intelligence.businesseventsthailand.com/th/page/mice-dashboard>