

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ
การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ปริญญาานิพนธ์
ของ
สมติษดี พิศาลก่อสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
เมษายน 2549

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ
การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
สมดิษฐ์ พิศาลก่อสร้างกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
เมษายน 2549

สมดิษฐ์ พิศาลก่อสร้าง. (2549). *คุณลักษณะของมัลคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาโท วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : ภัณฑิวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์,
รองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะของมัลคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ตามตัวแปรขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 388 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอนคือ 1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคุเทศก์ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ 3. เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลาง ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวแบบบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีระยะเวลาในการประกอบการ 6-10 ปี มีรายได้จากการประกอบการต่อปี 1,000,001 บาท ถึง 2,000,000 บาท
2. ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคุเทศก์โดยรวม อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเภทของคุณลักษณะ พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากคือ คุณลักษณะส่วนตัว ส่วนคุณลักษณะทางวิชาชีพ มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
3. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่บริษัทมีขนาด ลักษณะการประกอบการ และระยะเวลาในการประกอบการ ต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคุเทศก์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนบริษัทที่มีรายได้ ต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคุเทศก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

CHARACTERISTICS OF GUIDES AS EXPECTED BY TOURISM
PRIVATE ENTERPRISES IN BANGKOK

AN ABSTRACT
BY
SAMADISSADEE PISANKOSAKUL

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Science Degree in Recreation Management
at Srinakharinwirot University

April 2006

Samadissadee Pisankosakul. (2006). *Characteristics of Guides as Expected by Tourism Private Enterprises in Bangkok*. Master thesis, M.Sc. (Recreation Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University.
Advisor Committee : Assist. Prof. Panomsak Sawatpong,
Assoc. Prof. Dr. Kamchoke Phueksuwan.

The purpose of this research were to study and compare characteristics of guides as expected by tourism private enterprises in Bangkok among 4 variables were size of enterprise, type of enterprise, period of enterprise and income of enterprise. The samples for the study consists of 388 tourism private enterprise in Bangkok. The instrument used for collecting data had three parts such as : 1. To investigate about general status of the sample. 2. To investigate about characteristics of guides as expected by tourism private enterprises was five rating scale questionnaires. The data analysis was approached by percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test and F-test (One Way Analysis of Variance). 3. To order the free opinions about characteristics of guides from high to low opinions frequency.

The results of research were as follow:-

1. The most tourism private enterprise in Bangkok on samples were medium size enterprise, inbound tour and outbound tour services, 6-10 years for enterprise and 1,000,001 - 2,000,000 baht for income of enterprise.

2. The characteristics of guides as expected by tourism private enterprise in Bangkok were in high level for all. When, consideration on each characteristics were expected in medium level on professional characteristic, but in high level on personal characteristics.

3. There were no significant difference in size of enterprise, type of enterprise, and period of enterprise concerning characteristics of guides as expected by tourism in Bangkok, but was significant in income of enterprise at 0.05 level.

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ
การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ปริญญาานิพนธ์
ของ
สมติษดี พิศาลก่อสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ

เมษายน 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ
การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ของ
นางสมดิษฐ์ พิศาลก่อสร้างกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่.....เดือน.....2549

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทอง)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์สมชาย แสงจิตต์พันธ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์ ที่เป็นกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ตลอดจน รองศาสตราจารย์สุภาภรณ์ วรทอง และ อาจารย์สมชาย แสงจิตตพันธ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบปากเปล่า และตรวจสอบ แก้ไขแนะนำเป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งต่อความเมตตาของท่านอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำแบบสอบถาม และเจ้าของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับ คุณฤทธิ์เดช พิศาลก่อสร้าง สามีของ ข้าพเจ้าที่แนะนำส่งเสริม ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้าน จนทำให้ข้าพเจ้าประสบความสำเร็จในการทำวิจัย และศึกษาเล่าเรียน

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระโยชน์อันเกิดจากการวิจัยนี้ เป็นเครื่องบูชาคุณ บิดา-มารดา-และครูอาจารย์ทุกท่าน

สมติษดี พิศาลก่อสร้าง

เมษายน 2549

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมุติฐานในการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว.....	17
ความรู้เกี่ยวกับมัคคุเทศก์.....	24
คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในบทบาทของผู้นำนันทนาการ.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	44
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมาย.....	45
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
สรุปผลการวิจัย.....	68
อภิปรายผล.....	68
ข้อเสนอแนะ.....	72
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	80
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม.....	81
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	83
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	89

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร ขนาดของบริษัท ลักษณะ การประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการ ประกอบการ.....	52
2	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์ ด้านบุคลิกภาพ.....	53
3	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์ ด้านมนุษยสัมพันธ์.....	54
4	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์ ด้านเจตคติ.....	55
5	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะทางวิชาชีพของมัคคุเทศก์โดยรวม.....	56
6	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมัคคุเทศก์โดยรวม และแยกแต่ละองค์ประกอบ ของคุณลักษณะ.....	57
7	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตาม ตัวแปรขนาดของบริษัท.....	58
8	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตาม ตัวแปรลักษณะการประกอบการ.....	59

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
9	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมีคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตาม ตัวแปรระยะเวลาในการประกอบการ.....	60
10	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมีคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตาม ตัวแปรรายได้จากการประกอบการ.....	61
11	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมีคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตาม ตัวแปรลักษณะการประกอบการ.....	62
12	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมีคคุเทศก์ จำแนกตามตัวแปรขนาดของบริษัท.....	63
13	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมีคคุเทศก์ จำแนกตามตัวแปรระยะเวลาในการ ประกอบการ.....	63
14	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ คุณลักษณะของมีคคุเทศก์ จำแนกตามตัวแปรรายได้จากการ ประกอบการต่อปี.....	67
15	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ประกอบการ การท้องถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตามตัวแปร รายได้จากการประกอบการ.....	65

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2	ความคาดหวังเกิดอย่างพอใจ.....	9
3	ความคาดหวังที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	10
4	การจัดการการท่องเที่ยว.....	13
5	การวางแผนและการบริหารการท่องเที่ยว.....	14

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการจัดการเชิงธุรกิจเพื่อประกอบอาชีพอย่างหนึ่งที่สำคัญทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เป็นสื่อ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ในการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ โดยจัดเป็นองค์ประกอบอย่างสมบูรณ์แบบชนิดครบวงจร ที่เรียกกันว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นการจัดการในรูปกลุ่มกิจกรรมในสังคมที่ให้ผลผลิตและการบริการ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้มนุษย์ ทั้งทางด้านจิตใจ และร่างกาย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการ ซึ่ง สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 86) กล่าวว่า การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการประกอบอาชีพทางธุรกิจโดยอาศัยกระบวนการทางนันทนาการรูปแบบหนึ่ง ที่เกิดขึ้นระหว่าง เวลาว่าง (Leisure time) โดยมีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง อันเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสำคัญที่เกิดขึ้น จากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยว กับธุรกิจและการบริการ โดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้รวมถึงการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ การบริการต่างๆ โรงแรมที่พัก สถานที่ในการท่องเที่ยว ของที่ระลึก การแสดง ธุรกิจการกีฬา และเกมต่างๆ

ดังนั้น ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีระบบของการจัดการ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปได้อย่างราบรื่น ต่อเนื่อง ดังที่ นิคม จารุมณี (2536: 18-19) ได้กล่าวว่า การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวนั้น ต้องจัดการเชิงระบบเหมือนประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมการบริการ โดยต้องคำนึงถึงผู้บริโภค ตลาดการท่องเที่ยว การบริการนำเที่ยว และแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ภายใต้การนำของผู้นำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์

การจัดการท่องเที่ยวจะมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลได้อย่างดีนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักที่สำคัญสองประการคือ ประการแรก ระบบการจัดการด้านงานธุรการ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น งานขออนุญาตเข้าชมสถานที่แหล่งท่องเที่ยว งานจัดทำเอกสารผ่านแดน กรณีไปท่องเที่ยวต่างประเทศ งานเอกสารเพื่ออำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นเกี่ยวกับการดำเนินการให้มีการเดินทางท่องเที่ยวทั้งการประสานกับภาคราชการ และภาคเอกชน ประการที่สอง คือ บุคลากรผู้ทำหน้าที่นำเที่ยว ช่วยเหลือ ดูแล ระหว่างนำเที่ยว และพักค้างแรม ตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางจนเสร็จสิ้นคือ มัคคุเทศก์ (Guides) ซึ่งปัจจัยองค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์นี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว เป็นตัวแทนของบริษัทผู้ประกอบการ สามารถสร้างภาพลักษณ์ และหรือทำลายกิจการของบริษัทได้อย่างง่ายดาย เป็นดรชชีชีวิตความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี ดังที่ บุญผา คุ้มมานนท์ (2528 : 3) กล่าวว่า มัคคุเทศก์ เป็นปัจจัยองค์ประกอบหลัก ของการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่จะทำกำไรหรือขาดทุนให้บริษัทได้

อย่างง่ายดาย และนอกจากนี้ ยังเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่จะต้องบริหารจัดการ แก้ปัญหา เหตุการณ์ต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สามารถตัดสินใจแทนเจ้าของผู้ประกอบการได้เป็นส่วนมาก และ เถกิง สวาสดิพันธ์ (2525 : 259) กล่าวว่า มัคคุเทศก์คือ หัวใจของบริษัท ที่จะต้องมีคุณสมบัติเหมาะสม ดึงดูด มีบทบาทหน้าที่สำคัญยิ่งในการบริหารจัดการของบริษัท ให้บรรลุเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้ อันเป็นที่พึงสำคัญของการสร้างความมั่นคง และยั่งยืนของบริษัท ผู้ประกอบการธุรกิจได้อย่างแน่นอน นอกจากนั้น ในกรณีที่มีการนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศถือว่า มัคคุเทศก์ คือตัวแทนของประเทศที่ต้องรับผิดชอบ และปฏิบัติหน้าที่เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ประเทศชาติด้วย

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาเลือกเฟ้นบุคลากรด้านมัคคุเทศก์อย่างจริงจัง โดยเห็นว่ามัคคุเทศก์ต้องมีคุณลักษณะตามที่พึงประสงค์ในด้านความดีงาม มีความรู้ เข้าใจในวิชาชีพมัคคุเทศก์ และความรู้เฉพาะทาง มีคุณลักษณะส่วนตัวเกี่ยวกับบุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์ และเจตคติดี

ในปัจจุบันมีเสียงสะท้อนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวอยู่เสมอว่า มัคคุเทศก์ไม่มีคุณภาพ ไม่มีจรรยาบรรณ เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ขาดคุณลักษณะด้านจริยธรรม คุณธรรม นอกจากนั้นมีปัญหามัคคุเทศก์ที่บางคนไม่ได้จดทะเบียนเป็นมัคคุเทศก์ จากทางราชการที่เรียกว่า มัคคุเทศก์เถื่อนหรือไกด์ผี เป็นจำนวนมาก รับจ้างทำหน้าที่มัคคุเทศก์เป็นครั้งคราว โดยมีได้เป็นพนักงานประจำของบริษัทประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะภาคธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมการท่องเที่ยว สามารถผลิตมัคคุเทศก์ ออกไปรับใช้สังคม เพื่อทำหน้าที่มัคคุเทศก์อย่างถูกต้อง และได้รับบัตรอนุญาต ซึ่งต่างคนต่างมีอิสระในการรับงานนำท่องเที่ยว บางครั้งเห็นแก่ประโยชน์ มีรายได้ดี จนลืมจรรยาบรรณของวิชาชีพมัคคุเทศก์ได้ สิ่งนี้เป็นปัญหาในการบริหารจัดการอย่างหนึ่ง ทั้งนี้เพราะเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ตรวจสอบ ควบคุม ดูแล มีจำนวนน้อย ปัจจุบันมีจำนวนมัคคุเทศก์ในกรุงเทพฯ ที่มีใบอนุญาต และอยู่ในการควบคุมดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมการท่องเที่ยว มีจำนวนมากถึง 21,995 คน (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ กรุงเทพฯ. 2548)

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการที่กำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีบริษัทจำกัดทำดำเนินการธุรกิจการท่องเที่ยวที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯ มีจำนวน 4,448 บริษัท (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ กรุงเทพฯ. 2548) ทุกบริษัทจะต้องพึงพาอาศัยมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว บางบริษัทมีมัคคุเทศก์เป็นพนักงานประจำ บางบริษัทไม่มีพนักงานประจำ แต่จ้างเหมาเป็นครั้งคราว จึงอาจเป็นปัญหาในด้านการควบคุม ดูแล และบริหารจัดการเพื่อพัฒนาบุคลากรมัคคุเทศก์ให้เป็นที่ไปตามความต้องการได้ยาก ถ้ามัคคุเทศก์ไม่เป็นเจ้าหน้าที่ประจำของบริษัท

หนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ถ้ามีมัคคุเทศก์ที่ดี มีคุณภาพ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ประทับใจอยู่ในระดับมากที่สุด ย่อมเป็นที่พึงปรารถนาของผู้ประกอบการและภาครัฐบาล ดังนั้น การปรับปรุงพัฒนามัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพดีอยู่เสมอ มี

ความพร้อมด้วยคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ใช้บริการ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องตระหนักอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของมัลคูเทศก์ โดยพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว จะได้นำข้อมูลไปพิจารณาปรับปรุงแก้ไขวิธีการพัฒนาศักยภาพของมัลคูเทศก์ให้เหมาะสมต่อไป และนอกจากนั้นยังเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวของประเทศชาติต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบคุณลักษณะของมัลคูเทศก์ ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร ขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำผลจากการวิจัยมาเป็นข้อมูลเพื่อพิจารณาหาแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น ทั้งภาครัฐ และเอกชน โดยเฉพาะการพัฒนาด้านบุคลากรมัลคูเทศก์เป็นสำคัญ อีกทั้งเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่จดทะเบียนการค้าในรูปบริษัท จำนวน 4,448 บริษัท ปี พ.ศ. 2548 (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัลคูเทศก์ กรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่จดทะเบียนการค้าในรูปบริษัท โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเทียบตารางมาตรฐานของ เครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ได้จำนวน 286 บริษัท และทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ขนาดของบริษัท

ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณลักษณะของมัลคฤเทศก์ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คุณลักษณะ หมายถึง ลักษณะท่าที อุปนิสัย ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติ ความประพฤติ และการมีมนุษยสัมพันธ์ ในการวิจัยนี้ แบ่งคุณลักษณะออกเป็น 2 ชนิด คือ
 - 1.1 คุณลักษณะส่วนตัว หมายถึง บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ และคุณธรรม จริยธรรม ที่บุคคลแสดงออก
 - 1.2 คุณลักษณะทางวิชาชีพ หมายถึง การมีความรู้ความสามารถ และทักษะต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้ในการเป็นมัลคฤเทศก์ ให้ประสบความสำเร็จโดยถือเป็นผู้นำนันทนาการในการจัดการท่องเที่ยว
2. ความคาดหวัง หมายถึง ความประสงค์ต้องการของบุคคล ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการวิจัยนี้ หมายถึง ความต้องการคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะของมัลคฤเทศก์ ในฐานะผู้นำนันทนาการในการจัดการท่องเที่ยวทั้งด้านส่วนตัวและด้านวิชาชีพ
3. ธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบการด้านบริการกิจกรรมนันทนาการในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และปรับคุณภาพชีวิตของบุคคล ให้แก่ผู้บริโภค โดยหวังผลกำไรเป็นเงินตรา
4. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง เจ้าของสถานประกอบการธุรกิจนันทนาการประเภทการท่องเที่ยว ในวิจัยนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเฉพาะจดทะเบียนการค้าประเภทบริษัทในกรุงเทพมหานครเท่านั้น
5. มัลคฤเทศก์ หมายถึง บุคคลทำหน้าที่เป็นผู้นำนันทนาการด้านการท่องเที่ยว โดยเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดดำเนินการนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว และประกอบกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการให้ความรู้เล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวรรณคดี
6. ขนาดของบริษัท หมายถึง ปริมาณและคุณภาพของการบริหารจัดการในบริษัท ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการ และดำเนินการอาชีพการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ แบ่งได้เป็น 3 ขนาด ดังนี้
 - 6.1 บริษัท ขนาดใหญ่สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประมาณ และมีองค์ประกอบการบริหารจัดการครบหรือใกล้เคียงทุกองค์ประกอบ คือมีองค์ประกอบด้านสำนักงานสมบูรณ์ บุคลากรผู้ดำเนินการด้านสำนักงานสมบูรณ์ บุคลากรผู้ดำเนินการด้านธุรกิจ การตลาด ประจำสำนักงานเต็มองค์ประกอบ จัดบริการการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ทั่วโลก เต็มรูปแบบของการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

6.2 บริษัทขนาดกลาง สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ และมีองค์ประกอบการบริหารจัดการอาจไม่ครบทุกองค์ประกอบ มีการบริหารไม่กว้างขวางมากนัก จัดบริการการท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศได้โดยทั่วไป ไม่ทั่วโลก อาจจัดบริการไม่เต็มองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

6.3 บริษัทขนาดเล็ก สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ และมีองค์ประกอบการบริหารจัดการน้อย บริการในวงแคบ อาจจัดบริการเฉพาะภายในประเทศ หรือทั้งในประเทศ และต่างประเทศน้อยๆ ใกล้เคียง ประเทศไทย จัดบริการเฉพาะด้าน หรือไม่เต็มองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อนึ่ง คำว่าเชิงปริมาณในวิจัยนี้ หมายถึง จำนวนครั้งที่จัดบริการ รวมถึงรายได้ที่ได้รับมากน้อยเพียงใด และคำว่าคุณภาพ หมายถึง ประสิทธิภาพสำเร็จตามเป้าหมาย รวมถึงความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับ

7. ลักษณะการประกอบการ หมายถึง ประเทศ และสถานที่ที่จัดดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบ่งได้ดังนี้

7.1 ท่องเที่ยวเฉพาะในประเทศไทย

7.2 ท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

8. ระยะเวลาในการประกอบการ หมายถึง จำนวนปีที่บริษัทประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เริ่มดำเนินการให้บริการ แบ่งได้ดังนี้

8.1 น้อยกว่า 5 ปี

8.2 5 - 10 ปี

8.3 11 ปีขึ้นไป

9. รายได้จากการประกอบการ หมายถึง รายได้เฉลี่ยที่ได้รับสุทธิจากหักค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้ว โดยคิดต่อปี

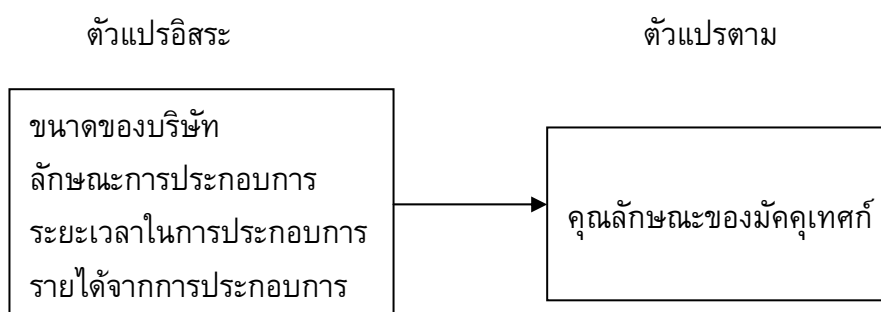
9.1 น้อยกว่า 1,000,000 บาท

9.2 1,000,001 - 2,000,000 บาท

9.3 มากกว่า 2,000,000 บาท

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่บริษัทมีขนาดต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคฤเทศก์แตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่บริษัทมีลักษณะการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคฤเทศก์แตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่บริษัทมีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคฤเทศก์แตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่บริษัทมีรายได้จากการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคฤเทศก์แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในฐานะเป็นผู้นำ นันทนาการในการจัดการท่องเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ใน กรุงเทพมหานคร ในด้านคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพ เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ มีข้อมูลพื้นฐาน และหลักวิชาการในการสนับสนุนการวิจัย จึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
4. ความรู้เกี่ยวกับมัคคุเทศก์
5. คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในบทบาทของผู้นำนันทนาการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง เป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่พึงประสงค์อยากให้เป็น อยากรู้อยากเห็นกับตนเองหรือผู้อื่น หรือต่อสังคม เป็นความต้องการทางด้านจิตใจ เมื่อความคาดหวังนั้น ๆ ได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความพึงพอใจได้ ดังที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 138 – 139) กล่าวไว้ดังนี้

1. คนทุกคนมีความคาดหวังอยากได้หลากหลาย เป็นความต้องการที่ไม่ที่สิ้นสุด
2. ความคาดหวังแต่ละคนมีความสำคัญ และเป้าหมายต่าง ๆ กัน แต่เป้าหมาย

ตรงกันคือความพึงพอใจ

3. บุคคลจะแสวงหาความคาดหวังที่สำคัญที่สุดเป็นสำคัญ
4. เมื่อบุคคลได้สิ่งที่หวังแล้ว ความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดหรือลดปริมาณลงไป

มาสโลว์ (จันท์เพ็ญ ตูเทศานันท์. 2542 : 45 – 46 ; อ้างอิงจาก Maslow. 1965 :

326. *The Maslow's Theory of Motivation and Expected*) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเป็น ความต้องการทางจิตใจและสังคมรวมกันเป็นลักษณะทางสังคมจิตวิทยา ที่มนุษย์ทุกคนพึงมีและปรารถนา มากน้อยต่าง ๆ กันไป ขึ้นอยู่กับโอกาส สิ่งจูงใจ เป็นสำคัญดังที่ ทฤษฎีของมาสโลว์ (The Maslow's Theory of Motivation) ได้จัดความต้องการอันเป็นความคาดหวังไว้เป็นลำดับสำคัญ 5 ลำดับ ดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 138)

1. มนุษย์มีความต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่ที่สิ้นสุด

2. ความต้องการจะมีความสำคัญแตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ (Hierarchy of Needs)

3. บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน

4. เมื่อบุคคลได้สิ่งที่ต้องการบำบัดความต้องการของตนแล้ว ความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไป

5. บุคคลจะเริ่มสนใจในความต้องการสำคัญกว่าอย่างอื่นต่อไป

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ จากต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการ เพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัย จากภัยอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น

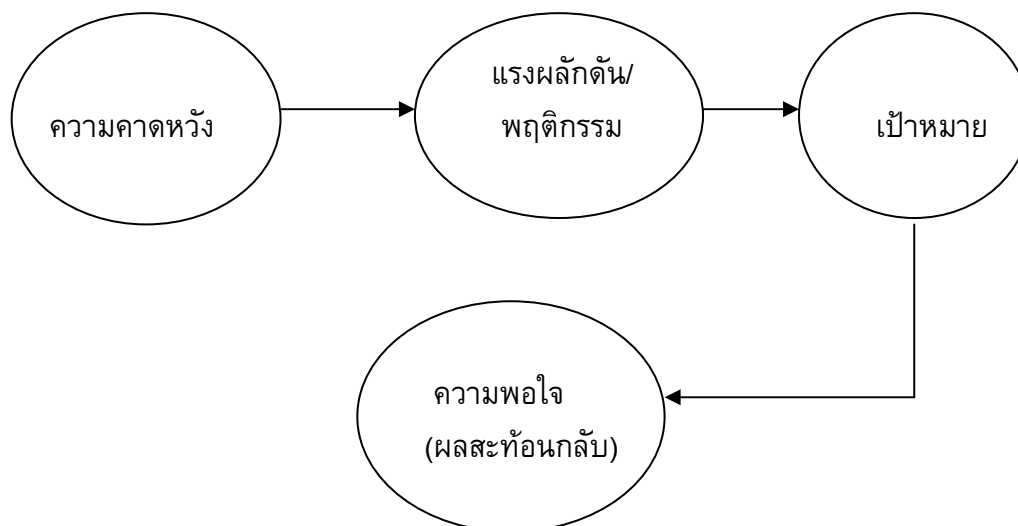
3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรัก และการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) เช่นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับ ซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับเป็นต้น สินค้าที่สามารถสนองความต้องการนี้ ได้แก่ ของขวัญ ส.ค.ส. เครื่องแบบ ดอกกุหลาบ ฯลฯ

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-Esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคมตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคม และมีชื่อเสียงในสังคม สินค้าที่สนองความต้องการในด้านนี้ได้แก่ บ้านหรูหรารถยนต์ราคาแพง แหวนเพชร เพอร์นิเจอร์ราคาแพง ฯลฯ

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self – Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่อง เป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถ ทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้ได้แก่ ลีอตเตอร์รี่ ฟิล์มถ่ายรูป เครื่องสำอาง และปริญาบัตร ฯลฯ

มิลลินซ์ (วัณนา เพ็ชรวงศ์. 2542 : 17 ; อ้างอิงจาก Mullins. 1985 : 280. *The Management and Organization Behavior*) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาก ๆ ด้าน เป็นสภาพความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่ง

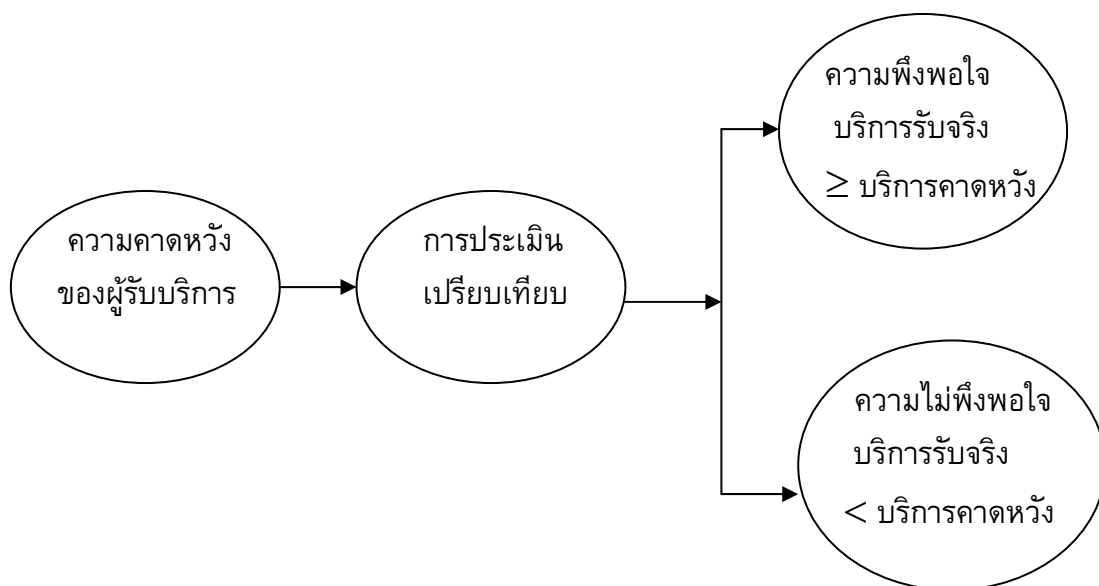
เกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้น และจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ความคาดหวังเกิดอย่างพอใจ

ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : 16.

โอลิเวอร์ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543 : 19 ; อ้างอิงจาก Oliver. 1980 : 460 – A. *Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Expected and Satisfaction Decisions*) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังที่น่าพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นภาวะแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การเลือกบริโภคบริการอันอาจแสดงได้ถึงความรู้สึกทางบวกที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวัง ในทางตรงกันข้ามความคาดหวังที่ไม่น่าพึงพอใจจะเป็นภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบ ที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ได้บริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค หรือรับบริการ ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 ความคาดหวังที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ
ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : 19.

หลักการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

ในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหลักการเดียวกันกับการประกอบธุรกิจ
นันทนาการนั่นเอง ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจทุกคนมุ่งหวังผลกำไรทั้งสิ้นเหมือนกับการประกอบ
ธุรกิจทั่วไป การดำเนินงานจะต้องมีระบบแห่งการจัดการคล้ายคลึงกันกับการประกอบธุรกิจ
ทั่วๆ ไป จะมีความแตกต่างบ้างเพื่อผลผลิตและความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ที่เห็นได้
อย่างชัดเจน คือ ธุรกิจนันทนาการเป็นธุรกิจบริการแก่ผู้บริโภค ให้ได้รับบริการตอบสนอง
ความสุขทางจิตใจ อารมณ์เป็นสำคัญ

วัลลพ กลิ่นหอม (2540 : 26) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจบันเทิงหรือกิจกรรมอื่นใด
ที่มุ่งให้ผู้บริโภคพึงพอใจ จะต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่ง และผู้บริโภคนั้นหมายรวมถึง
บุคคลและสังคมได้เช่นกัน ฉะนั้น เพื่อให้เกิดผลของการบริการที่ดีของกิจกรรมบันเทิงจะต้องให้
ประทับใจให้เกิดขึ้นได้ทั้ง 3 มิติ คือบริการด้วยกาย วาจาและจิตใจของผู้บริการ

สมพงษ์ เกษมสิน (2543 : 23) กล่าวว่า การบริการเป็นกระบวนการทางการบริหาร
จัดการตนเองและบริหารองค์กรร่วมกัน ต้องอยู่ในขั้นตอนของการวางแผน การจัดองค์กร
การบังคับบัญชา การประสานงาน การควบคุมและการประเมินผล และสอดคล้องกับ พนมศักดิ์
สวัสดิ์พงษ์ (2544 : 2) กล่าวว่า การทำธุรกิจนันทนาการนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้
ความเข้าใจ ความต้องการนันทนาการของบุคคลและสังคม สามารถจัดการดำเนินธุรกิจตาม
หลักแห่งการประกอบกิจกรรมนันทนาการบนพื้นฐานวิชาชีพนันทนาการและเป็นไปตามระบบ
แห่งการบริการที่เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ อีกทั้งให้นึกเสมอว่ากิจกรรมนันทนาการเป็น
กิจกรรมบริการ ถ้าจัดเพื่อธุรกิจ โดยอาศัยนันทนาการเป็นสื่อปัจจัยแล้วต้องมีบุคลากรผู้
ให้บริการที่มีคุณภาพจึงจะเป็นการบริการที่มีคุณภาพด้วย

ปฏิญญา ลักษณะงาน และคนอื่น ๆ (2541 : 334) ได้อธิบายเกี่ยวกับธุรกิจบริการไว้ ดังนี้

ธุรกิจบริการเป็นการจัดกิจกรรมและผลประโยชน์หรือความพึงพอใจ ที่สนองความต้องการผู้บริโภค (ลูกค้า) ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยว เกมสันทนาการ สวมสุขภาพ โรงแรม โรงภาพยนตร์ จึงจัดได้เป็นประเภทต่าง ๆ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการอินเทอร์เน็ต
3. เป็นการซื้อบริการ และมีสินค้าควบด้วย เช่น ซื้อสินค้า ให้เล่นเกม ซื้อทัวร์แถมสิ่งของ อาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีสินค้าแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งของ เช่น นวดเพื่อบันเทิง ฟังเพลง การเล่น วิชาการ โรงพยาบาล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 340) กล่าวว่าหลักการสำคัญของการบริหารกิจการธุรกิจบริการนั้นจะต้องตระหนักในสิ่งสำคัญดังนี้

1. คุณภาพของการให้บริการ ต้องมีระบบที่วิเคราะห์การตลาดและพัฒนาให้ทันสมัย อยู่เสมอ มีกลยุทธ์แห่งการนำเสนอ การส่งมอบภาพลักษณ์และลักษณะเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม
 2. มีผู้นำในการให้บริการ มีคุณลักษณะประจำตัว และวิชาชีพในอาชีพนั้น ๆ อย่างเป็นมาตรฐาน ผ่านการประเมินคุณภาพจากสังคมอย่างเป็นรูปธรรม
 3. มีโมเดลคุณภาพการบริการทั้งเป็นภาพรวม และเฉพาะประเภทบริการนั้น ๆ
- กำโชค เผือกสุวรรณ (2544 : 7) กล่าวว่าในการประกอบธุรกิจนั้นหนทางการที่ดีนั้นผู้ประกอบการจะต้องยึดหลักสำคัญในการจัดการดังนี้
1. ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ เข้าใจในวิชาชีพนั้นหนทางการพื้นฐานอย่างชัดเจน
 2. ผู้ประกอบการต้องมีความรักและศรัทธาในวิชาชีพและกิจกรรมนั้นหนทางการโดยแท้จริง
 3. ผู้ประกอบการต้องมีความรู้เข้าใจในจิตวิทยา พฤติกรรมบุคคลในเรื่องแรงจูงใจ และความต้องการของมนุษย์อย่างถูกต้อง
 4. ผู้ประกอบการจะต้องบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องและมีบุคลากรผู้ให้บริการที่มีคุณลักษณะส่วนตัว อย่างนักบริการมืออาชีพ มีคุณลักษณะในทักษะปฏิบัติการนั้นหนทางการด้วย
 5. ผู้ให้บริการต้องตระหนักอยู่โดยตลอดเวลาว่าการบริการกิจกรรมนั้นหนทางการนั้น สันทนาการ รักศรัทธา มีเกียรติยศ ปฏิบัติหน้าที่ผู้ให้บริการอย่างความเป็นผู้นำและระลึกเสมอว่าการบริการที่มีคุณภาพจะต้องมีผู้ให้บริการที่มีคุณภาพด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจนันทนาการอย่างหนึ่งที่อาศัยการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รับการบริการด้านบันเทิงเกิดอารมณ์สุข สนับสนุนและส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพื่อคลายความเครียด มีความสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมนันทนาการหลากหลายในกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องมีผู้นำนันทนาการที่เข้าใจกันในวิชาการการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “มัคคุเทศก์”

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 15) กล่าวว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจนันทนาการที่สามารถเป็นอุตสาหกรรมบริการเพื่อพัฒนาอารมณ์สุขได้อย่างยั่งยืน ยาวนาน สามารถนำมาเป็นเครื่องมือ และวิถีทางในการพัฒนาความมั่นคงทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงถือเป็นนโยบายอันสำคัญ ในการนำมาจัดเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และความมั่นคงของประเทศ โดยนำการท่องเที่ยวมาเป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาการขาดสมดุลย์ทางเศรษฐกิจของประเทศ

ชับบี้ และ ชับบี้ (Chubb and Chubb. 1976 : 114) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งในกิจกรรมอื่นๆ โดยมีลักษณะเป็นการบูรณาการหลายๆ กิจกรรมเข้าด้วยกันคือ กิจกรรมชุมชน สวนสาธารณะ บันเทิง กาลิโน ดนตรี สโมสร สวนสนุก อาหาร เครื่องดื่ม ฟาร์ม เป็นต้น โดยสามารถนำเป็นธุรกิจในรูปแบบอุตสาหกรรมนันทนาการเชิงบริการได้ เป็นการบริการเพื่อสวัสดิการทางสังคมให้แก่ประชาชน และตนเองทุกระดับชั้น ทุกเพศ ทุกวัย เป็นการช่วยเหลือรัฐ โดยรัฐมีแต่ได้ประโยชน์ ถึงแม้ว่าจะได้ผลกำไรไม่มากในเชิงเศรษฐกิจ แต่จะได้กำไรเชิงจิตสรต่อสังคมอย่างมหาศาล เพราะได้คนที่มีคุณภาพ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความมั่นคงของชาติ

ในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวก็เหมือนกับการจัดการธุรกิจนันทนาการนั่นเอง กล่าวคือ ต้องมีระบบการบริหารจัดการคน จัดการวิธีการ จัดการตลาด จัดการการเงิน และจัดการปัจจัยวัสดุอุปกรณ์อาคารสถานที่ เป็นต้น

ในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการลงทุนอันเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์ที่มีเป้าหมายทางด้านกำไรในการจัดหาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจแต่ละประเภทต่างก็ลงทุนแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับแต่ละวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายชนิดหรือประเภท มีการสูญเสียเงินทอง มีการได้กำไรขาดทุนเป็นวัฏจักร ทุนจึงถือเป็นปัจจัยการผลิตอย่างหนึ่งของการธุรกิจ (สมยศ นาวิการ. 2530 : 4 – 5) และการดำรงชีพของมนุษย์ในสังคมนั้นต้องลงทุนเพื่อแสวงหาสิ่งบริโภค เพื่ออยู่รอดทุกคน นันทนาการเป็นผลผลิตหรือสิ่งบริโภคชนิดอยู่ในรูปของการบริการที่มนุษย์จำเป็นต้องแสวงหามาทดแทนโดยเฉพาะเพื่อบำบัดสภาวะทางจิตใจและอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ นับเป็นกิจกรรมนันทนาการด้านสวัสดิการส่วนบุคคลของทุกคน ทุกเพศ วัย ทุกชาติ ศาสนา ที่พึง

ประสงค์ทั้งสิ้นโดยที่เขาเหล่านั้นยินดีแลกเปลี่ยนด้วยเงินตรา ซึ่งหามาจากผู้ประกอบการ เช่น
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถาบันเท็งเรียมย์ การบริการที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น
(สมบัติ กาญจนกิจ. 2542 : 12)

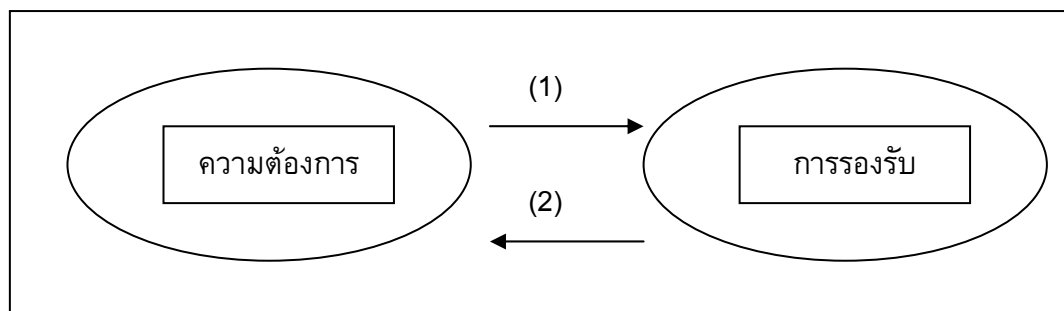
หนึ่งในการจัดการเชิงธุรกิจนี้ มีความจำเป็นต้องศึกษาองค์ประกอบด้านพฤติกรรม
ผู้บริโภคเป็นสำคัญด้วย

การจัดการการท่องเที่ยว

ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540 : 444) ได้อธิบายว่าการจัดการ หมายถึง กระบวนการเพื่อให้
บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ โดยการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing)
การชักนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) มนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน
ทรัพยากรข้อมูลขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544 : 209-211) ได้อธิบายว่า วิธีคิด
เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของไทยมุ่งหวังที่จะให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับ
พื้นฐานที่สุด กล่าวคือ จัดหาที่พักผ่อนและท่องเที่ยว และพยายามจัดให้มีการรองรับ
(Supply) เท่ากับความต้องการ (Demand) ตามภาพประกอบ 4

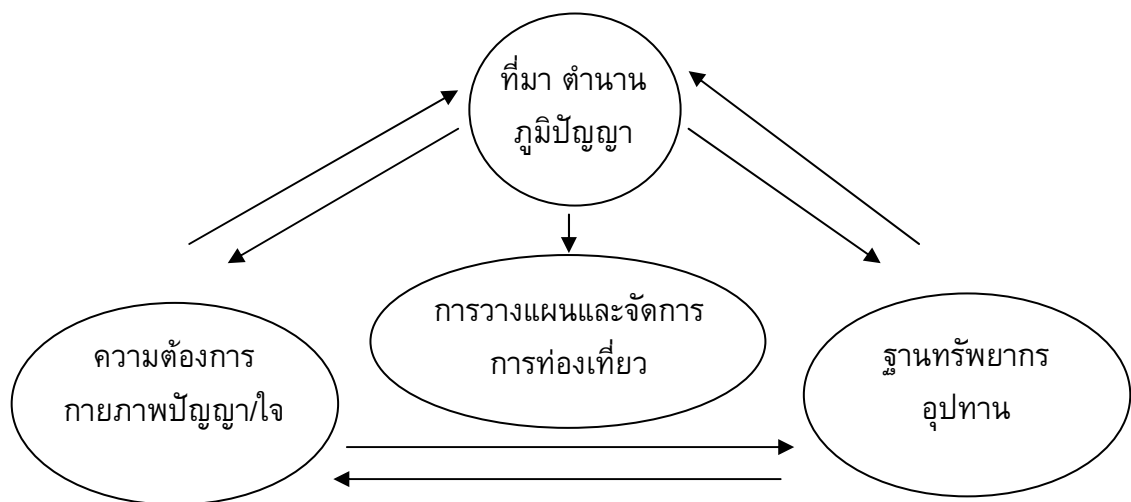


ภาพประกอบ 4 การจัดการการท่องเที่ยว

ที่มา : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษา
เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) หน้า 209.

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเอกชนจะเริ่มต้นไปตามความต้องการตลาด
(Demand) ก่อนที่การลงทุนสาธารณูปโภคของรัฐเพื่อรองรับ (Supply) จะตามทัน ทำให้เกิด
ปัญหาขึ้น เช่น ที่พักขาด ภูเก็ต สมุย เป็นต้น ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเห็นปัญหานี้เกิดจนเป็นปกติ
และไม่สามารถแก้ไขได้

ดังนั้น การวางแผน การพัฒนา และการบริหาร ที่จะเกิดความยั่งยืน ต้องเริ่มต้นและมีรากฐานบนความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยการกระตุ้นให้ชุมชนและผู้บริหารการท่องเที่ยวในท้องถิ่นค้นหาประวัติ ตำนาน ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวหรือเป็นที่มาของคำโฆษณา ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำถิ่น ตัวนำโชคดอกไม้ ต้นไม้ประจำเมือง ฉะนั้น ชุมชนและผู้บริหารท้องถิ่นที่มีความพร้อมและมีความเข้าใจในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเท่านั้น จึงจะสามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้ โดยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่นอย่างถ่องแท้ สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวได้อีกด้วย เช่น ลายศิลปะโบราณสามารถถอดมาเป็นลายผ้า หรือทำเป็นของที่ระลึก ฯลฯ ดังนั้น การลงทุนในการฟื้นฟู ผลิตความรู้ และการเตรียมความพร้อมของชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งในอดีตการพัฒนาการท่องเที่ยวมีเพียงการลงทุนในสิ่งก่อสร้าง และสาธารณูปโภคเท่านั้น ดังนั้น การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงเป็นการตอบสนองที่พื้นฐานที่สุด และขายสินค้าการท่องเที่ยวในราคาที่ถูกที่สุด เพราะเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองสัญชาตญาณพื้นฐานเท่านั้น ดังปรากฏในภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 การวางแผนและการบริหารการท่องเที่ยว

ที่มา : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549). หน้า 210.

หนึ่งในการจัดการการท่องเที่ยวนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับที่เป็นเงินตรา ทั้งนี้ควรเป็นไปตามหลักการธุรกิจแห่งการบริการที่มีคุณธรรมควบคู่กันไปด้วย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างแนบแน่น ยั่งยืน และมีลูกค้าอุดหนุนใช้บริการโดยต่อเนื่อง ดังนั้น การบริหารจัดการจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบสากล

(International System) กล่าวคือ เป็นองค์การที่ถาวร มีระบบการบริหารจัดการประจำสำนักงาน (Official Management) มีระบบการบริหารบุคคลทั้งส่วนประจำสำนักงาน และส่วนการตลาด มีบุคลากรทำหน้าที่ฝ่ายขายนอกสำนักงาน (Saleman) มีบุคลากรทำหน้าที่ฝ่ายธุรการ และบริการโดยทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการให้มีการเดินทางท่องเที่ยว และมีผู้นำการท่องเที่ยว ที่เรียกว่า มัคคุเทศก์ (Guides) และนอกจากนั้น บริษัทจำเป็นต้องบริหารจัดการระบบปัจจัยเกื้อหนุนที่ก่อให้เกิดการทำงานของการทำงานท่องเที่ยว เช่น การเงิน การบัญชี การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ โดยจัดดำเนินการอย่างเป็นระบบของการจัดการทั่วๆ ไปของบริษัท ผู้ประกอบการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดการทำงานของบริษัทว่าอยู่ในความรับผิดชอบการท่องเที่ยวอย่างไร กว้างขวางแค่ไหน ดังที่ ชาตรี สงวนรักษ์ (2535 : 112) ได้กล่าวสรุปถึงขนาดของบริษัท ผู้ประกอบการไว้ว่า ขนาดของบริษัทจะเป็นเครื่องบ่งชี้ความเชื่อมั่นศรัทธาของผู้บริโภคเป็นสำคัญ บริษัทใดมีขอบเขตของการทำงานหนัก ปริมาณงานมาก มีอาณาเขตแห่งการใช้ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) หลากหลายมากมาย ต้นทุนการผลิตสินค้าสูง มีปริมาณและคุณภาพสูง บริการอย่างมืออาชีพ โดยคิดค่าราคาบริการแพงกว่าโดยทั่วๆ ไป เมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะประกอบการอย่างเดียวกัน และนอกจากนั้น อาจเกี่ยวข้องกับทุกการขอจดทะเบียนอัตราสูงๆ แล้วจะจัดเป็นองค์การบริษัทขนาดใหญ่ ส่วนองค์การบริษัทที่จัดดำเนินการในลักษณะเดียวกัน แต่มีองค์ประกอบปัจจัยแห่งการบริหารจัดการเชิงปริมาณ และคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง รายได้พอมีกำไรไม่มากมายนักจะจัดเป็นบริษัทขนาดปานกลาง นอกนั้นถ้าการจัดการเชิงปริมาณและคุณภาพต่ำกว่า ทั้งสองแบบบริษัทดังกล่าวถือเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีการบริหารจัดการที่มีทรัพยากรการบริหารทั้งบุคคล และวัสดุสำนักงาน ปัจจัยเกื้อหนุนมีน้อย

ชาตวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 97-99) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับแนวคิดในการจัดการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

การจัดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ต้องทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีแห่งการบริหารงานทั่วไป และบริหารจัดการเฉพาะทาง โดยคำนึงถึงสภาพอันแท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคม และสภาพแวดล้อม มีการกำหนดแนวทาง มาตรการแผนปฏิบัติการ และกรอบแนวคิดทุกด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรต่างๆ และที่สำคัญคือ มัคคุเทศก์ (Guides) เพราะเป็นหัวใจหลักของการนำการธุรกิจการท่องเที่ยวผู้บริหาร ผู้ประกอบการต้องมีเทคนิคในการคัดสรรมัคคุเทศก์ พัฒนาได้ความรู้ปรับปรุงบุคลิกภาพ สร้างความรักและศรัทธา ปลูกฝังเจตคติอันดีงามให้เกิดในตัวของมัคคุเทศก์อย่างแท้จริง ทำอย่างไรให้ได้มัคคุเทศก์ที่เก่ง ที่ดี และมีความรู้ในอาชีพการนำเที่ยวอย่างแท้จริง จนเป็นพฤติกรรมประจำตัวของมัคคุเทศก์ เปรียบเสมือนแพทย์ที่ดี ผู้พิพากษาที่ดี และครูอาจารย์ที่ดี เป็นต้น

ดังนั้น กระบวนการบริหารบุคคลเชิงระบบ จึงต้องกำหนดไว้ในแผนนโยบาย ดังที่ สุภัทรดิศ ดิสกุล (2525 : 18-19) กล่าวไว้ว่า การบริการจัดการบุคลากร มัคคุเทศก์เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ผู้จัดการ ผู้ประกอบการ ผู้บริหารการท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้ เข้าใจ ในลักษณะ

ธรรมชาติ ของการเป็นมัคคุเทศก์โดยต้องแท้ ต้องศึกษามัคคุเทศก์ทั้งรายบุคคล และกลุ่มบุคคล เพราะเขามีความเป็นอิสระตามกฎหมาย อาชีพมัคคุเทศก์เป็นวิชาชีพชั้นสูง มีสมาคมรับรอง มีสถาบันส่วนราชการดูแล คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีมานานไม่น้อยกว่า 50 ปีแล้ว ฉะนั้นมัคคุเทศก์จึงทำงานเป็นอิสระ รับเหมาเฉพาะครั้งคราวได้ มีความผูกพันกับบริษัทในแง่ สัญญาทางธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการทั้งหลายต้องตระหนัก และจัด ดำเนินการให้เป็นมัคคุเทศก์ประจำบริษัท แล้วจะเป็นประโยชน์ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีได้มากมักจะ เป็นบริษัทขนาดใหญ่ และขนาดกลางบ้างเล็กน้อย ส่วนบริษัทเล็กๆ เพิ่งก่อตั้ง จะใช้วิธีเรียกหา เป็นคราวๆ ไป จึงมักจะได้มัคคุเทศก์ที่ไม่สมบูรณ์แบบที่พึงประสงค์ แต่อย่างไรก็ตาม บุคคลที่เป็นมัคคุเทศก์ทั้งหลายจะต้องมีทะเบียนใบอนุญาตของรัฐบาลที่จะต้องดูแลควบคุมพฤติกรรม การทำงานด้วยอยู่แล้ว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 99) ได้กล่าวถึง การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวเชิง ระบบว่าจะต้องพิจารณาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วย โดยถือว่า บุคลากร (Personnel) เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตลาด ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักจิตวิทยา ธุรกิจบริการ เพราะการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการให้บริการ นอกจากนั้น ต้องดูแล ช่วยเหลือแนะนำตั้งแต่เริ่มต้นรับลูกค้า พาลูกค้าท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโปรแกรมโดยให้ เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้ามากที่สุด ประกอบด้วย ดังนี้ (สุภัทรดิศ ดิสกุล. 2525 : 345-346)

บุคลากรประจำบริษัทจัดนำเที่ยว

1. บุคลากรประจำบริษัทจัดนำเที่ยว เป็นเจ้าหน้าที่ของบริษัทผู้ประกอบการจัดการ การท่องเที่ยวโดยทั่วไป อาจจะประกอบไปด้วยฝ่ายประจำสำนักงาน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริการ และนำนักท่องเที่ยวไปสถานที่ต่างๆ

1.1 ฝ่ายประจำสำนักงาน ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานธุรการต่างๆ ที่ต้องอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตส่วนราชการ เช่น การทำวีซ่า (VIZA) การซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบิน รถยนต์ การแสดง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการจัดการติดต่อ ประสานงานธุรการเกี่ยวกับที่พัก เอกสารผ่าน ตรวจคนเข้าประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องไป และ จัดทำเอกสารโปรแกรม คู่มือ แนะนำการเดินทางทั้งหมดมอบให้กับนักท่องเที่ยวโดยร่วมมือกับ มัคคุเทศก์ประจำบริษัทตนเอง

1.2 มัคคุเทศก์ (Guide) เป็นบุคคลที่บริษัทมอบหมายให้เป็นผู้นำพานักท่องเที่ยว ไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่างๆ ตามกำหนดการที่กำหนดไว้ อาจเป็นเจ้าหน้าที่ประจำของบริษัท ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หรือพนักงานอิสระรับงานเฉพาะครั้งคราว เฉพาะสถานที่ที่ชำนาญเป็น รายชั่วโมง รายวัน รายสถานที่ก็ได้ ทั้งนี้เป็นบุคคลที่ต้องอยู่ใกล้ชิดกับ นักท่องเที่ยวมากที่สุด นับเป็นปัจจัยหลักของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศชาติมากมาย มัคคุเทศก์ซึ่งเป็นส่วนประกอบอันสำคัญของอุตสาหกรรม ในอันที่จะนำนักท่องเที่ยวให้รู้เห็นถึงความสวยงามของบ้านเมือง ความปราณีตของศิลปะ ความสูงส่งของวัฒนธรรม ความดีงามของขนบธรรมเนียมประเพณี ความสดสวยของทิวทัศน์และอื่นๆ อีกมาก ฉะนั้น หน้าที่และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์จึงกว้างขวาง เรียนรู้ไม่มีวันจบสิ้น เพราะบุคคลที่มัคคุเทศก์พบแต่ละครั้งต่างชาติต่างภาษา ผิดแผกทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณี ต่างกันในด้านความต้องการไม่ว่าจะเป็นสถานที่เที่ยวหรือที่พัก เป็นต้น

ดังนั้น โดยสรุปผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจำเป็นต้องบริหารจัดการเกี่ยวกับบุคลากร มัคคุเทศก์เชิงระบบกล่าวคือ ต้องมีแผนยุทธศาสตร์ด้านมัคคุเทศก์ ตั้งแต่ระดับนโยบาย จนถึงระดับปฏิบัติเป็นลำดับโดยเริ่มตั้งแต่ คัดสรรมัคคุเทศก์ พัฒนามัคคุเทศก์ในทุกๆ ด้านที่เป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ รักษามัคคุเทศก์ไว้กับบริษัทให้นานที่สุด และมีระบบการให้ออกจากความสัมพันธ์ของบริษัทอย่างมีความสุข

แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งที่บุคคลต่างๆ ใช้เป็นปัจจัยในการส่งเสริม ฟื้นฟู และบำรุงคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี นันทนาการศาสตร์ จัดแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (Outdoor Recreation) เพราะในการเดินทางท่องเที่ยวแล้วยังมีกิจกรรมเสริมร่วมในการท่องเที่ยวด้วยเสมอ เช่น ค้างแรมโดยมีกิจกรรมการเล่น ดุริยธรรมชาติศึกษาสัตว์พืชในพื้นที่ทั้งทางบก และทางทะเล ร่วมกิจกรรมด้วยการชมการเลือกซื้อหาสิ่งของจากการแสดงศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ มีความสุขสนุกสนาน เบิกบานใจกับการได้สัมผัสกับธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) นอกจากนั้นยังมีการเดินทางท่องเที่ยวมุ่งเพลิดเพลินอย่างเดียว เช่น ท่องเที่ยวเพื่อสร้างสันติภาพ โดยการไปเยี่ยมเยียน (Tourism for Understanding and Get Peace) กิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งจะสัมพันธ์กับเพศ วัย และสถานภาพต่างๆ ของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวให้ประโยชน์และคุณค่ามากมาย พอสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
2. พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด
3. เกิดอารมณ์สุข สนุกสนาน เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์
4. มีความสมบูรณ์ทางอารมณ์
5. มีสมาธิดีขึ้น
6. สร้างมิตร และความรักสามัคคี
7. ตอบสนองความต้องการตามธรรมชาติ

8. จิตใจงามมองโลกในแง่ดี

9. เสริมสร้างคุณค่าของสังคมประชาธิปไตย

หรือการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างสมรรถภาพของจิตใจ (Voyage, Travel for Make Mind Performance) การท่องเที่ยวเช่นนี้ผู้ท่องเที่ยวมีทั้งตั้งเป้าหมายและไม่ตั้งเป้าหมาย

ดังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 43-44) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการ ที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตอันเกิดจากปัจจัยอิทธิพลที่มาดึงดูดความสนใจ (Attractions) ที่มีหลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและ วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมเกมและกีฬากลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ และซึมซับวัฒนธรรมชาติ สมุนไพร การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมได้กับทุกเพศทุกวัย ขึ้นอยู่กับการเลือก และมีประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 : 50-51)

1. ผลทางด้านสังคม

1.1 ครอบครัวมีความสัมพันธ์ต่อกันดี สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ง่ายดาย และมีผลต่อการปรับสมดุลย์ทางเศรษฐกิจ

1.2 การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอันเนื่องมาจากไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดพฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ โดยทั่วกัน สังคมอยู่อย่างมีความสุข

1.3 เกิดกระบวนการสร้างความร่วมมือ มีสันติภาพในบ้านเมือง

1.4 ระบบของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การเกษตร การเมือง มีความสัมพันธ์กันทางบวก ทั้งนี้อาศัยกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

2. ผลทางด้านจิตใจ

2.1 ได้ความรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ของธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

2.2 ปรับสภาพจิตจากการกดดันอันเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2.3 หลบหลีกปัญหาสังคม

2.4 จิตใจแจ่มใส มีความสงบ และมีสมรรถภาพดีขึ้น

2.5 มีอิสระภาพในการสร้างสรรค์ความคิด

2.6 เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์

2.7 ตื่นเต้น สนุกสนาน

2.8 ใจมั่นคง สงบ สมานิติ

2.9 เกิดพลังจิตใจโดยอาศัย การซึมซับจากธรรมชาติ

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สามารถเลือกค้นหาได้ในแต่ละบุคคล ตามความต้องการและจะพบเสมอจากกระบวนการของการท่องเที่ยวอันจะมีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมอยู่ในขบวนการท่องเที่ยวอันนั้น ๆ และส่วนใหญ่จะอาศัย

ธรรมชาติเป็นปัจจัยในการประกอบกิจกรรมร่วม อาจเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจหรือไม่ หรืออาจจะต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ดิน หิน น้ำ ต้นไม้ มาเป็นอุปกรณ์ในการสร้างกิจกรรม ซึ่งมีการสนับสนุนจากหลายๆ คน นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติ สามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้หลายรูปแบบ ทั้งกิจกรรมประเภทการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ การดูนก (Bird Watching) ดูสัตว์ (Wildlife Viewing) เดินป่า (Hiking) ศึกษาธรรมชาติ (Nature Education) บันทึกภาพธรรมชาติ บันทึกเทปวีดีโอและเทปเสียงธรรมชาติ (Nature Photography, Video Taping And Sound of Nature Audio Taping) ล่องเรือใบ (Sail Boating) พายเรือแคนู (Canoeing) ดำน้ำชมปะการัง (Snorkel) ดำน้ำลึก (Scuba Diving) หรือศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (Sky Interpretation) เป็นต้น กิจกรรมประเภทชื่นชมธรรมชาติ (Appreciative Recreation Activities) ได้แก่ การชมทัศนียภาพในบรรยากาศสงบ (Relaxing) ประกอบอาหารรับประทาน (Picnicking) หรือพักแรมด้วยเต็นท์ (Tent Camping) เป็นต้น และกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัย (Adventurous Recreation Activities) ได้แก่ การล่องแพ (Water Rafting) วินเซิร์ฟ (Wind Surfing) เล่นเครื่องร่อนขนาดเล็ก (Hang Glider) ปีนเขา (Rock Climbing) หรือขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (Mountain Biking) การประกอบกิจกรรมนันทนาการทั้งในรูปแบบของกิจกรรมนันทนาการชุมชน และกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง ประเภทท่องเที่ยว จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเป็นพื้นฐานในการดำเนินกิจกรรม ทรัพยากรต่างๆ ที่รองรับกิจกรรมเหล่านั้นเรียกว่า ทรัพยากรนันทนาการ (Recreation Resources) ซึ่งหมายถึง สิ่งใดก็ตามทั้งที่เป็นผลผลิตของมนุษย์ และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีคุณค่าสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่มนุษย์หรือสังคม เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสุขในรูปแบบของนันทนาการ ได้แก่ สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนสัตว์ ที่โล่งแจ้ง อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า เกาะแก่ง ชายหาด แหล่งน้ำ

สถานพักผ่อนที่พัฒนา และบริการโดยเอกชน วัดโบราณสถาน หรือพิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการจึงเป็นการสร้างประสบการณ์ชีวิตที่สำคัญยิ่งดังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 26-281) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการอันเป็นสื่อเพื่อสร้างสันติภาพและเพื่อความร่วมมือร่วมใจ และสร้างความแข็งแกร่งทางจิตใจให้กับบุคคลและชุมชน เป็นนันทนาการที่จัดเป็นอุตสาหกรรมเรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการอันหมายถึง กลุ่มกิจกรรมใดๆ ในสังคม ที่ให้ผลผลิตและบริการซึ่งอำนวยความสะดวกให้มนุษย์ทางด้านจิตใจและร่างกาย รวมทั้งตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นนันทนาการที่อยู่บนหลักการ 3 ประการ คือ 1. ผู้ท่องเที่ยวทำด้วยความสมัครใจ 2. เดินทาง

ออกกำลังกายจากที่อยู่อาศัยไปชั่วคราว 3. ไม่มีวัตถุประสงค์ด้านการประกอบอาชีพใดๆ

แสวงหาแต่ความเพลิดเพลินจำเริญใจเท่านั้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรม
นันทนาการโดยมีวัตถุประสงค์ของการไปเยี่ยมเยือนและตั้งที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 72-74)
ได้สรุปเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของแหล่งนันทนาการท่องเที่ยวและนันทนาการกลางแจ้ง ไว้ดังนี้

แหล่งนันทนาการท่องเที่ยวและนันทนาการกลางแจ้ง

1. สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น (The Built Environment) เป็นสถานที่ และส่วนประกอบอันเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นจากแรงบันดาลใจ ทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งศูนย์กลางสถานที่หรือสิ่งประดิษฐ์ตลอดจนวัฒนธรรม ความเชื่อ สามารถจำแนกออกเป็นรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 สิ่งประดิษฐ์ทางอุตสาหกรรม (Industrial Archeology) ซึ่งถือเป็นจุดเด่นสำหรับนักท่องเที่ยว ทศนศึกษาทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ เขื่อนเก็บน้ำ อุตุเรือ โรงงานผลิตน้ำตาล นิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดความสนใจทางประวัติศาสตร์ (Historical Attractions) ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระราชวังจักรพรรดิ ราชวงศ์หมิง อุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย กรุงวอชิงตัน ดีซี เป็นต้น

1.3 พิพิธภัณฑ์สถาน (Museums) เป็นสถานที่ที่แสดงให้ความรู้ ความเข้าใจ ทั้งในอดีตปัจจุบันและอนาคตกาลแก่ประชาชนโดยมีวัตถุประสงค์ รวมและเฉพาะที่แตกต่างกัน เช่น พิพิธภัณฑ์สถานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ทางศิลปวัฒนธรรม ทางอุตสาหกรรม ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1.4 วัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Way Customs) เป็นวิถีชีวิตและระเบียบประเพณีของท้องถิ่น ที่มีเสน่ห์และมีรูปแบบเอกลักษณ์เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เทศกาล สงกรานต์ การแต่งกายของภาคต่างๆ ของไทย

1.5 จุดสนใจทางการเมือง (Political Attractions) เมืองหลวงหรือนครเก่าแก่ ที่มีความสำคัญบทบาททางการเมือง ก็เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่สำคัญทางการเมือง เช่น กรุงวอชิงตัน ดีซี ทำเนียบขาว กรุงมอสโก พระราชวังแวร์ซายส์ นครปักกิ่ง เป็นต้น

1.6 จุดสนใจทางศาสนา (Religion Attractions) ศาสนาเป็นที่พึ่งและที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของมวลมนุษยโลก คือ สถานที่สำคัญทางศาสนา จึงได้มีการก่อสร้างสถานที่ด้วยงานศิลปะ สถาปัตยกรรม ที่สวยงาม เป็นที่สนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงวาติกัน โบสถ์ วัดวาอาราม กรุงเยรูซาเลม นครเมกกะ โบสถ์นอร์ตัม เป็นต้น

1.7 สถาปัตยกรรม (Architecture) เป็นสิ่งก่อสร้างที่เป็นที่พักอาศัย หรืองานศิลปะ งานสถาปัตยกรรม เป็นต้น จุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น ตึกสูงระฟ้าของนครหลวงต่างๆ นครซานฟรานซิสโก นิวยอร์ก ฮองกง สิงคโปร์ สถาปัตยกรรมตามยุคสมัยของแต่ละประเทศ เช่น สถาปัตยกรรมไทยโรมันร่วมสมัยอิตาลี เรเนซองส์ เป็นต้น

1.8 ศูนย์กลางการค้า (Shopping Centre) เป็นแหล่งสถานที่เพื่อการซื้อสินค้าที่นิยมของที่ระลึก สินค้าพื้นเมืองก็เป็นจุดดึงดูดความสนใจมากแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยม ค่อนข้างสูง ทำให้ตลาดท่องเที่ยวต่างๆ ได้สร้างศูนย์การค้าที่มีความทันสมัย

มีสินค้าที่หลากหลายมาบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพมหานคร ฮองกง สิงคโปร์ นครปารีส นิวยอร์ก ซิดนีย์ เป็นต้น

2. กิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Activities)

ประเพณีวัฒนธรรมและกิจกรรมที่ส่งเสริมทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดการแสดงออกทางวัฒนธรรมและอารยธรรม และอารยธรรมทางมวลมนุษยย์กลุ่มต่างๆ พอจะแบ่งออกได้เป็น งานเทศกาล ศิลปหัตถกรรม ดนตรีและประเพณีและชีวิตพื้นบ้าน ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

2.1 เทศกาล (Festivals) นักท่องเที่ยวสนใจเทศกาลต่างๆ เพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้น เล่นเกม เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง แห่บั้งไฟ ปีใหม่ งานฉลอง มาร์ติกราส์ ในกรุงนิวยอร์ก เทศกาลออกโตเบอร์เฟส ในมิวนิค เทศกาลคริสมาสของชาวคริสต์ เทศกาลไหว้พระจันทร์ของชาวจีน เป็นต้น

2.2 ศิลปะ (Arts) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปะ เช่น ภาพวาด รูปปั้น และสลัก ภาพเขียน สถาปัตยกรรม หรือแหล่งผลิตทางศิลปะ หัตถกรรม โดยจัดเป็นเทศกาลศิลปหัตถกรรม เพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น ในยุโรป สหรัฐอเมริกา และไทย เช่น เทศกาลศิลปะเอดินเบอระในสก๊อตแลนด์ เทศกาลดนตรีในนครเวียนนาสัปดาห์แห่งศิลปะ

หัตถกรรม เป็นต้น

2.3 งานหัตถกรรม (Handicrafts) เน้นผลงานด้านฝีมือ เช่น งานหัตถกรรมของชาวเขา ชาวเกาะ เครื่องปั้นดินเผาของชาวอินเดียนแดง งานแกะสลัก เครื่องเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเงิน เครื่องหนัง เครื่องประดับ อัญมณี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงไปทั่วโลก เพราะมีช่างงานหัตถกรรมที่มีความละเอียดอ่อน วิจิตรพิสดาร ดังนั้น งานทางด้านหัตถกรรมจึงเป็น กิจกรรมวัฒนธรรมที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประเภทหนึ่ง

2.4 ดนตรีและการเต้นรำ (Music and Dance) ดนตรีและการเต้นรำเป็นจุดดึงดูดความสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวไม่แพ้กิจกรรมวัฒนธรรมประเภทอื่นๆ เช่น การฟ้อนรำ และรำวงของไทย การเต้นแบบโพลีเนเซียนของฮาวาย การเต้นบัลเลต์ โอเปร่า การเต้นรำนานาชาติของชาวเกาหลี ญี่ปุ่น และชาวยุโรป เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวนานาชาติ เป็นต้น

2.5 ประเพณีและชีวิตพื้นบ้าน (Native Life and Customs) นักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศมีความสนใจเป็นพิเศษ เกี่ยวกับวิถีชีวิตและการแต่งกายของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรืออาจเรียกว่า ประเพณีและชีวิตพื้นบ้านตัวอย่าง เช่น กรุงเทพมหานครในอดีตเคยมีคูคลอง มากมาย การคมนาคมก็ต้องสัญจรกันทางน้ำ นักท่องเที่ยวจึงสนใจชีวิตชาวบ้านริมคลอง หรือสนใจวิถีชีวิตการแต่งกายของชาวเขา ชาวเล ชาวเกาะ ในต่างประเทศก็เช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความสนใจชีวิตพื้นบ้านตามชนบท หรือกลุ่มชนกลุ่มน้อยที่มาอยู่

รวมกันในสหรัฐอเมริกา ก่อตัวเป็น China Town, Little Tokyo, Korea Town และ Solwang
ของชาวดัตช์ เป็นต้น

2.6 ภาษา (Language) นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจจุดหมายปลายทางว่า ประเทศนั้นสามารถสื่อสารความเข้าใจกันได้ดีหรือไม่ ดังนั้น ภาษากลาง เช่น ภาษาอังกฤษ จีน สเปน และญี่ปุ่น จึงมีบทบาทสำคัญและเป็นตัวแปรในการเลือกจุดหมายปลายทางด้วย นอกเหนือจากเรื่องความมั่นคงและปลอดภัย ปัจจุบัน สถาบันการศึกษาต่างๆ ได้จัดโปรแกรมพิเศษ หรือปิดภาคฤดูร้อนไปศึกษาด้านภาษา ศิลปะและวัฒนธรรมในประเทศต่างๆ เช่นกัน จึงเป็นการเปิดโอกาสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และประสบการณ์ชีวิต

3. จุดสนใจทางศาสนา (Religion Attraction)

ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจำนวนมาก นับเป็นสิบล้านคน เดินทางไปสถานที่สำคัญทางศาสนา ในแต่ละปีมีจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะต้องการมีโอกาสชม สัมผัสกับสถานที่ที่สำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นการเผยแพร่ศาสนา หรือเป็นการต้นกำเนิดของศาสนาต่างๆ เช่น เมืองเมกกะเป็นศูนย์กลางศาสนาอิสลาม เมืองเยรูซาเลมของศาสนายิว และศาสนาคริสต์ กรุงวาติกัน ที่สำคัญของคริสต์ศาสนานิกายโรมันคาทอลิก หรือไปอินเดียและเนปาล เพื่อไปสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนาเช่นเดียวกับมาประเทศไทย เพราะเป็นประเทศที่ยังมีความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนามากกว่าที่อื่นใดทั่วโลกในปัจจุบัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เลือกที่จะใช้เวลาว่างขณะท่องเที่ยว ณ ประเทศจุดหมายปลายทาง เยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนา เช่น วัด โบสถ์ อาราม หรือมัสยิด เพื่อการศึกษาเรียนรู้ เปรียบเทียบกับสิ่งที่ตนเองชอบ ศรัทธา อีกด้วย

4. จุดสนใจทางการเมือง (Political Attention)

การเมืองการปกครองเป็นสิ่งสำคัญและทำให้มนุษย์มีความคิด วิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความสนใจเป็นพิเศษที่อยากจะรู้ถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของประชากรที่มีระบบการปกครองที่แตกต่างไปจากตน ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มีการปกครองสามระบบการปกครอง ได้แก่ โลกเสรีประชาธิปไตย คอมมิวนิสต์ และสังคมนิยม ซึ่งก็เป็นไปได้ด้วยความลำบาก ครั้นกลุ่มประเทศคอมมิวนิสต์แตกสลายลงไป ประเทศกลุ่มเสรีประชาธิปไตยต่างก็นิยม สนใจที่จะไปท่องเที่ยวในยุโรป ตะวันตก รัสเซีย และรวมถึงสาธารณรัฐประชาชนจีน ในกรณีที่ประเทศฮ่องกงซึ่งตกไปอยู่ในความปกครองของอังกฤษมากกว่า 150 ปี และในวันที่ 30 มิถุนายน 2540 ให้มีการโอนอำนาจการปกครองคืนจีน จึงเกิดเป็นความสนใจของคนทั่วโลกและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมหาศาล ในทำนองเดียวกันประเทศที่มีความไม่มั่นคง ปลอดภัยทางการเมือง กลับเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความลังเลใจหรือเสียวหนึ่ไม่เข้าไปท่องเที่ยวทัศนศึกษา เช่น พม่า กัมพูชา เป็นต้น

5. จุดสนใจทางวิทยาศาสตร์ (Science Attraction)

เมืองที่มีชื่อเสียงในด้านความเจริญก้าวหน้าของด้านวิทยาศาสตร์ หรือ มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงทางด้านนี้ ก็จะเรียกความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดทีเดียว เช่น

ยูซีแอลเอ มหาวิทยาลัยในแคลิฟอร์เนีย หรือแทจอน เมืองวิทยาศาสตร์ในเกาหลี M.I.T.,
Silicone Valley เป็นต้น

6. ธรรมชาติทางกายภาพ (Physical Nature)

เป็นสถานที่ที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติแกรนด์แคนยอน, เยลโลว์สโตน, อุทยานแห่งชาติ อื่นๆ ในมลรัฐโคโลราโด หรือเมืองโรโตรัว ที่มีทัศนียภาพพิเศษ มีน้ำพุร้อน โคลนร้อน ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์เช่นเดียวกับหาดหินดำ ใน อุทยานแห่งชาติ เกาะตะรุเตา และแพะเมืองผีจังหวัดแพร่ ที่มีการกัดเซาะหินและดิน ทำให้เป็น แคนยอน สำหรับนักท่องเที่ยวได้

7. ภูมิอากาศ (Climate)

ภูมิอากาศมีส่วนช่วยในการตัดสินใจให้เกิดการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ฤดูร้อน เป็นการสร้างบรรยากาศให้คนท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ผู้อยู่ในโซน อากาศหนาวจะท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีอุณหภูมิอบอุ่น หรือเขตเมดิเตอร์เรเนียน หรือเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้

8. ทัศนียภาพ (Scenery)

ทัศนียภาพที่งดงามตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ก็มีช่วยตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเลือกประเทศสวีตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์ เพราะอยากชมทัศนียภาพที่ประทับใจ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ชอบ สวรรค์อันดามัน ภูเก็ต กระบี่ สมุย เพราะทัศนียภาพทางทะเลที่งดงามในขณะที่นักท่องเที่ยว ไทยชอบทัศนศึกษาภูเขากระดิง ภูเขา และภูหลวง ของจังหวัดเลย เพราะได้เพลิดเพลินกับ ทัศนียภาพเมือง ทะเล ภูเขา ที่งดงามตระการตา

9. ชีวิตสัตว์ป่า (Wildlife)

ถ้าเอ่ยถึงประเทศกลุ่มทวีปแอฟริกาหลายๆ ประเทศ สัตว์ป่า (Wild life) หรือ ซาฟารีปาร์ก เพราะบรรยากาศของสัตว์ป่าที่ยังมีวิถีชีวิตที่ดูร้ายจำนวนมากว่าที่ให้เห็นที่อื่น ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

10. นันทนาการกลางแจ้งและกีฬา (Outdoor Recreation and Sport)

กีฬาและกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัย หรือใกล้ชิดธรรมชาติ หรือเลือกกิจกรรมที่ทำหายความสามารถของตนเอง โดยอาศัยธรรมชาติ แวดล้อม ตัวอย่างเช่น ประเทศนิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย จะมีกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง ให้เลือกพักผ่อนตากอากาศ และเล่นเกม กีฬาที่ทำหาย เป็นจำนวนมาก

11. บันเทิง มหรสพ (Entertainment)

เมืองลาสเวกัส แอดแลนติกซิตี หรือมิวนิค ในยุโรปได้รับการยอมรับจาก นักท่องเที่ยวว่ามีแหล่งบันเทิง ที่มีความหลากหลาย เหมาะที่จะไปท่องเที่ยวพักผ่อน

12. สุขภาพ อาบน้ำแร่ (Health and Spa)

มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ชอบเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ และเดินทางไป อาบน้ำแร่ หรือเพื่อการรักษาบำบัด ตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน

ความรู้เกี่ยวกับมัคคุเทศก์

ความหมายของมัคคุเทศก์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 (พจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน. 2525 : 626) ให้ความหมายของมัคคุเทศก์ว่า มัคคุเทศก์ คือ ผู้นำเที่ยว โดยพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการและชี้แจงอธิบาย ตอบ คำถามนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่นำเที่ยวชม ตลอดจนการให้บริการตามอัธยาศัยของ มัคคุเทศก์โดยไม่ล่วงล้ำประเพณีนิยม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2536 : 3) ได้อธิบายความหมายของมัคคุเทศก์ว่า “มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน”

บุบผา คุมมานนท์ (2528 : 1) ให้ความหมายไว้ว่า “มัคคุเทศก์ มาจาก มัคค อุเทศก เป็นคำภาษาบาลี แปลว่า ผู้นำทาง ผู้ชี้ทาง ผู้นำเที่ยว ตรงกับคำว่า Tourist Guide หรือนิยม เรียกว่า Guide”

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2525 : 24) ได้ให้ความหมายของมัคคุเทศก์ว่า “มัคคุเทศก์เป็น คำสนธิระหว่างคำว่า มัคค กับว่า อุเทศก์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Guide หมายถึง ผู้นำทาง ผู้ชี้ทาง ผู้นำเที่ยว มัคคุเทศก์เป็นผู้ทำหน้าที่พานักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามสถานที่ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ และทำหน้าที่ชี้แจงอธิบายคำถามที่นักท่องเที่ยวถาม”

ความหมายของมัคคุเทศก์ดังกล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้นำ นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ หรือบุคคล โดยได้รับค่าตอบแทน (ไพฑูริย์ พงศบุตร. 2542 : 2)

ความสำคัญของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ คือ ผู้นำนันทนาการที่เป็นผู้ที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก่อนข้างมาก เนื่องจากมีโอกาสได้เข้าใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว สามารถสร้างความไว้วางใจ เชื่อใจ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจ โดยใช้กิจกรรมทางนันทนาการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวได้ง่าย ถ้าปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและมีความซื่อสัตย์สุจริต ในทางตรงกันข้าม ถ้ามัคคุเทศก์ ปฏิบัติหน้าที่ไม่เหมาะสม หรือขาดประสิทธิภาพ ก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ในทางลบให้แก่ นักท่องเที่ยวได้เช่นกัน มีคำกล่าวที่ว่า มัคคุเทศก์ทำหน้าที่เหมือนกับเป็นทูต หรือเป็นผู้แทน

ของคนในประเทศหรือในท้องถิ่น ซึ่งก็เป็นความจริง เพราะนักท่องเที่ยวมักไม่ค่อยมีโอกาสได้ติดต่อกับคนในประเทศหรือในท้องถิ่นได้มากเท่ากับมัคคุเทศก์ ถ้าหากได้มัคคุเทศก์ที่ดี ความรู้สึกพึงพอใจในการท่องเที่ยว ตลอดจนความประทับใจในด้านต่าง ๆ ย่อมส่งผลไปถึงความรู้สึกที่ดีต่อประเทศ หรือท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ไปเยือน (ไพฑูรย์ พงศะบุตร. 2542 : 1)

จึงสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการบริการจัดการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว (บุบผา คุ่มมานนท์. 2528 : 3)

1. ทำให้การท่องเที่ยวได้ทั่วถึงมากกว่า ไม่ละเลยสิ่งที่สำคัญ ๆ
2. ทำให้เข้าใจเรื่องราวความเป็นมา ประวัติศาสตร์ และพงศาวดารได้ถูกต้องมากกว่า
3. ระยะเวลาที่จะใช้ในการท่องเที่ยวได้แน่นอนกว่า
4. นักท่องเที่ยวจะเกิดความปลอดภัยมากกว่า ทั้งด้านสวัสดิภาพและทรัพย์สิน
5. การมีมัคคุเทศก์ช่วยให้ประหยัดมากกว่า
6. ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและสบายใจกว่า
7. ช่วยให้การท่องเที่ยวนั้นเกิดการประทับใจและฝังใจมากกว่า

ประเภทของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์อาจแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว หรือตามขอบเขตพื้นที่ และลักษณะของการปฏิบัติงาน ซึ่งมีดังนี้คือ

มัคคุเทศก์แบ่งประเภทตามลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. มัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Inbound Tour ซึ่งรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย มัคคุเทศก์ประเภทนี้ต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศในขั้นใช้งานได้ และสามารถปฏิบัติงานนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี
2. มัคคุเทศก์นำคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Outbound Tour ซึ่งนำคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ มัคคุเทศก์จะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลอำนวยความสะดวกทุกอย่างในระหว่างการเดินทาง และทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ของท้องถิ่นในประเทศที่ไปเยือน ในด้านการเดินทาง ที่พัก อาหาร และการนำชมสถานที่ต่าง ๆ บทบาทของมัคคุเทศก์ประเภทนี้จึงมีลักษณะเป็นผู้นำการเดินทาง (Tour Leader) หรือล่าม (Interpreter) มากกว่าการเป็นผู้อธิบายนำชมสถานที่เสียเอง เนื่องจากกฎหมายของประเทศต่าง ๆ ไม่อนุญาตให้ชาวต่างประเทศทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ เมื่ออยู่ในประเทศของเขา

3. มัคคุเทศก์นำเที่ยวให้แก่คนไทยภายในประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Domestic Tour ซึ่งนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในประเทศ มัคคุเทศก์ประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศดีเหมือนอย่าง 2 ประเภทแรก

มัคคุเทศก์แบ่งประเภทตามขอบเขตของเขตพื้นที่และลักษณะของการปฏิบัติงาน

1. มัคคุเทศก์ทั่วราชอาณาจักร เป็นมัคคุเทศก์ที่มีขอบเขตการปฏิบัติงาน ไปได้ทั่วทุกจังหวัดภายในประเทศ
2. มัคคุเทศก์เฉพาะพื้นที่ เป็นมัคคุเทศก์ที่มีขอบเขตการปฏิบัติงานได้เฉพาะในบางพื้นที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต เช่น มัคคุเทศก์ภาคเหนือ มัคคุเทศก์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มัคคุเทศก์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มัคคุเทศก์จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น
3. มัคคุเทศก์เฉพาะทาง เป็นมัคคุเทศก์ที่มีลักษณะการทำงานมุ่งไปเฉพาะการนำเที่ยวบางอย่างที่ต้องการมัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น มัคคุเทศก์นำทัวร์ป่า มัคคุเทศก์นำการท่องเที่ยวทางเรือ เป็นต้น

บทบาทและหน้าที่ของมัคคุเทศก์

เถกิง สวาสดิพันธ์ (2525 : 258-260) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์ไว้ ดังนี้

1. เป็นตัวแทนของชาติ
 - 1.1 สร้างภาพพจน์ที่ดีให้ชาติและหลีกเลี่ยงที่จะทำให้ภาพพจน์เสีย
 - 1.2 ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีและชีวิตความเป็นอยู่
 - 1.3 ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในสถาบันต่าง ๆ ของชาติ
2. รับผิดชอบงานของบริษัทที่ตนสังกัดตามที่ได้รับมอบหมาย
 - 2.1 ลักษณะของบริษัทนำเที่ยว
 - 2.2 งานที่จะมอบให้มัคคุเทศก์ เช่น การรับนักท่องเที่ยวจากสนามบิน การโรงแรม ห้องอาหาร รายการนำเที่ยว รถที่จะนำเที่ยวและรถขนกระเป๋า การส่งนักท่องเที่ยวออกจากสนามบิน ฯลฯ
3. ปฏิบัติงานในหน้าที่มัคคุเทศก์ให้สมบูรณ์
 - 3.1 ดูแลอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานตั้งแต่รับนักท่องเที่ยวจากสนามบิน โรงแรม หรือจุดนัดพบ จนถึงสิ้นสุดรายการท่องเที่ยว

3.2 อธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่นำชม ตลอดจนความรู้ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งแนะนำสถานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว

3.3 ดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ นักท่องเที่ยว

3.4 ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อของ โดยพยายามรักษาผลประโยชน์ นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

มารยาทและจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์พึงมีมารยาทและจรรยาบรรณที่ต้องประพฤติปฏิบัติให้เหมาะสมหลายประการ ในที่นี้จะได้นำมากล่าวเฉพาะที่สำคัญ ๆ ได้แก่ (ไพฑูริย์ พงศบุตร. 2542)

1. การแต่งกาย ในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์จะต้องแต่งกายให้เหมาะสมตามที่ระบุไว้ในกฎกระทรวง ทั้งนี้เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและเพื่อให้เหมาะสมกับศักดิ์ศรีของความเป็นมัคคุเทศก์

2. ความประพฤติและกิริยามารยาท มัคคุเทศก์จะต้องมีความประพฤติที่ดี และมีกิริยามารยาทสุภาพ ไม่ควรเสพของมีนเมา หรือสูบบุหรี่ขณะปฏิบัติหน้าที่ แสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวทุกคนที่อยู่ในความดูแลของตน แต่ให้อยู่ภายในขอบเขตที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่ประพฤติตนในเชิงขู่สาว่ากับนักท่องเที่ยวอย่างเด็ดขาด

3. ความซื่อสัตย์สุจริต มัคคุเทศก์ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อนักท่องเที่ยว ไม่เรียกร้องผลประโยชน์ตอบแทนใด ๆ จากนักท่องเที่ยว รวมทั้งรับและเรียกร้องผลประโยชน์ตอบแทน

จากร้านค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว โดยวิธีการที่มีขอบ เช่น พานักท่องเที่ยวไปซื้อของจากร้าน จำหน่ายสินค้าที่ด้อยคุณภาพ หรือมีราคาสูงเกินไป เพื่อจะได้รับค่าตอบแทนเป็นจำนวนมากจากร้านค้า เป็นต้น

4. ความเอาใจใส่ในการปฏิบัติหน้าที่ มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในภารกิจที่ได้รับมอบหมายไม่ทิ้งงานหรือมอบให้ผู้อื่นปฏิบัติหน้าที่แทนโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ไม่แสดงกิริยาอาการเบียดเบียนหรือเฉื่อยชา แต่ต้องยิ้มแย้มแจ่มใสขณะปฏิบัติหน้าที่ ไม่แสดงสีหน้าบึ้งตึง หรือแสดงอารมณ์โกรธเกรี้ยวแม้จะไม่พอใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ตาม และที่สำคัญคือ ต้องไม่ทะเลาะหรือโต้เถียงกับนักท่องเที่ยวอย่างเด็ดขาด

5. การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สิ่งที่มัคคุเทศก์อธิบายแก่นักท่องเที่ยวต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง มิใช่เป็นข้อมูลที่ผิด ๆ อันเกิดจากการเดาหรือการรับฟังมาจากผู้อื่นที่มีชื่อเป็นผู้ทรง

คุณวุฒิ ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข้อมูลที่ได้จากคำอธิบายของมัคคุเทศก์
อยู่แล้ว หากให้ข้อมูลผิด ๆ อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่อาชีพมัคคุเทศก์เป็นส่วนรวมได้

6. การตรงต่อเวลา การตรงต่อเวลาถือเป็นมารยาทที่สำคัญอย่างหนึ่ง และมัคคุเทศก์ก็ควรจะต้องตรงต่อเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ไม่ว่าจะในการไปรับนักท่องเที่ยวจากสนามบินหรือโรงแรมที่พัก การกำหนดเวลาเดินทางไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ การส่งนักท่องเที่ยวกลับโรงแรมที่พักหรือจุดหมายปลายทางหรือที่สนามบิน รวมทั้งการนัดหมายเวลากับนักท่องเที่ยวในกรณีอื่น ๆ การผิดนัด หรือไม่ตรงต่อเวลา นอกจากจะเป็นการเสียมารยาทแล้ว ยังอาจเกิดผลเสียในการปฏิบัติงานด้วย

7. การไม่กล่าวตำหนิหรือให้ร้ายป้ายสีผู้อื่น มัคคุเทศก์พึงไม่กล่าวตำหนิเตียนหรือให้ร้ายป้ายสีต่อการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์คนอื่น ๆ รวมทั้งการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยวใด ๆ ให้นักท่องเที่ยวฟังอย่างเด็ดขาด

ข้อแนะนำในการปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์

ภารกิจที่มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติในการนำเที่ยว มีเป็นขั้นตอนต่าง ๆ นับตั้งแต่ก่อนออกไปรับนักท่องเที่ยว ณ จุดนัดหมาย จนกระทั่งเสร็จสิ้นการนำเที่ยว ส่งแขกกลับยังโรงแรมที่พักหรือจุดหมายปลายทาง

1. การปฏิบัติหน้าที่ก่อนออกไปรับนักท่องเที่ยว

1.1 ตรวจสอบรายละเอียดในใบสั่งงานที่ได้รับจากบริษัทนำเที่ยว เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน เช่น จะต้องไปรับนักท่องเที่ยว ณ จุดใด มีจำนวนนักท่องเที่ยวกี่คน พานักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ใด และมีการรับประทานอาหาร หรือพักแรม ณ ที่ใด เป็นต้น

1.2 ตรวจสอบความเรียบร้อยของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เช่น ความสะอาดของที่นั่ง ห้องสุขา เครื่องขยายเสียง รวมทั้งสิ่งของต่าง ๆ ที่จะแจกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น เครื่องดื่ม อาหารกล่อง ผ้าเย็นเช็ดมือและเช็ดหน้า เอกสารแนะนำการเดินทาง

1.3 ตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการเดินทาง เช่น หนังสือหรือบัตรอนุญาตให้เข้าชมสถานที่คู่มือหรือบัตรใช้บริการร้านอาหารและโรงแรม ตลอดจนเอกสารอื่นๆ ที่จำเป็น

1.4 ควรมีสมาคมพกจดหมายเลขโทรศัพท์ และชื่อบุคคลที่จะติดต่อด้วย สำหรับสถานที่และหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขาของบริษัทนำเที่ยว สำนักงาน ททท. ในท้องถิ่นร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล และคลินิกแพทย์ในท้องถิ่น สถานีตำรวจและที่ทำงานของตำรวจทางหลวงและตำรวจท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางนำเที่ยว ฯลฯ

2. การปฏิบัติหน้าที่ระหว่างการเดินทาง

2.1 ตรวจสอบจำนวนและชื่อของนักท่องเที่ยว ให้ตรงกับใบสั่งงานที่ได้รับจากบริษัทนำเที่ยวก่อนเริ่มออกเดินทางไปชมสถานที่ การไม่ไปรับนักท่องเที่ยวตามกำหนดเวลา หรือทำนักท่องเที่ยวตกหล่นไปอาจเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวฟ้องร้องบริษัทได้

2.2 ในกรณีที่พนักงานท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ อาจต้องมีการจัดที่นั่งในยานพาหนะให้เหมาะสม เช่น ให้นั่งตามหมายเลขที่นั่งในบัตร หรือให้นักท่องเที่ยวเลือกที่นั่งตามลำดับมาก่อนมาหลัง หากเป็นการเดินทางที่ใช้เวลานานหลายวันในยานพาหนะเดียวกันโดยตลอด บางครั้งก็อาจให้มีระบบการสับเปลี่ยนที่นั่งเพื่อให้โอกาสแก่ผู้ที่นั่งอยู่แถวหลัง ๆ ได้ขึ้นมานั่งแถวหน้าได้บ้าง ในกรณีที่มัคคุเทศก์จำเป็นต้องมีที่นั่งด้านหน้าของรถ เพื่อสะดวกในการอธิบาย ก็ควรแสดงการสำรองที่นั่งของคนไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบล่วงหน้ามิใช่ไปขอที่นั่งคืนจากนักท่องเที่ยวในภายหลัง

2.3 เมื่อเริ่มออกเดินทาง ให้กล่าวคำต้อนรับแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับแนะนำชื่อของมัคคุเทศก์และคนขับให้นักท่องเที่ยวทราบ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ในยานพาหนะ เช่น การปรับเก้าอี้ ปรับช่องระบายอากาศ เปิดไฟสำหรับอ่านหนังสือ เป็นต้น

2.4 อธิบายกำหนดการและเส้นทางการเดินทางอย่างคร่าว ๆ พร้อมกับจุดสำคัญ ๆ ที่จะจอดแวะชมระหว่างทาง

2.5 ให้คำอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่น หรือสถานที่ต่าง ๆ ขณะยานพาหนะแล่นผ่าน การให้คำอธิบายควรสังเกตดูความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วย ตามปกติเมื่อเริ่มออกเดินทางใหม่ ๆ กับนักท่องเที่ยวยังกระปรี้กระเปร่าอยู่ มักสนใจฟังคำอธิบายของมัคคุเทศก์ แต่ถ้าเดินทางไปเป็นเวลานาน ๆ หรือเป็นการเดินทางขากลับ ความสนใจจะลดน้อยลง มัคคุเทศก์อาจไม่จำเป็นต้องอธิบายมากนัก

2.6 เมื่อใกล้จะถึงจุดที่แวะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมสถานที่ใด ๆ มัคคุเทศก์ควรอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ โดยสังเขปเสียก่อน เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการเข้าชม และเพื่อปูพื้นฐานความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวก่อนเห็นสถานที่จริง

2.7 ก่อนลงจากยานพาหนะไปยังสถานที่แวะชม มัคคุเทศก์จะต้องบอกเวลาและสถานที่กลับมาขึ้นยานพาหนะให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบอย่างทั่วถึง พร้อมกับย้ำให้ทุกคนรักษาเวลาเพื่อมิให้ต้องเสียเวลารอคอยซึ่งกันและกัน

2.8 ให้มัคคุเทศก์ยืนอยู่ใกล้ประตูทางขึ้นลงยานพาหนะ เพื่อดูแลช่วยเหลือให้นักท่องเที่ยวขึ้นลงยานพาหนะได้อย่างสะดวกปลอดภัย ในกรณีที่พนักงานท่องเที่ยวสูงอายุ จะต้องให้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ

2.9 หลังจากที่ทุกคนลงจากยานพาหนะแล้ว มัคคุเทศก์จึงเดินนำนักท่องเที่ยวไปยังจุดที่ต้องการชมโดยไม่ทิ้งระยะห่างจากนักท่องเที่ยวมากนัก และเมื่อจะอธิบายต้องเลือกหาสถานที่ยืนที่เหมาะสม เช่น ควรอยู่ในที่ร่ม มองเห็นทัศนียภาพหรือสิ่งที่ต้องการชมได้ชัดเจน รวมทั้งต้องเลือกเส้นทางที่ไม่เดินวกไปเวียนมาจนนักท่องเที่ยวเกิดความสับสน หรือเบื่อหน่าย

2.10 การให้คำอธิบาย ในการจัดกิจกรรมนันทนาการหรือบริการใด ๆ ควรชัดเจนเข้าใจได้ง่าย และไม่ยืดยาวหรือสั้นเกินไป ควรพูดให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มได้ยินทุกคน มิใช่พูดเฉพาะกับคนที่ยืนอยู่ใกล้ ๆ การตอบคำถามควรเปิดโอกาสให้มีเมื่ออธิบายจบแต่ละตอนแล้ว

หากมัคคุเทศก์มีวแต่ตอบคำถามของคนที่ยืนฟังอยู่ใกล้ ๆ คนที่อยู่ห่างออกไปจะไม่ได้รับประโยชน์จากการฟังคำอธิบายมากนัก

2.11 การเข้าชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หรือสถานที่ควรเคารพ เช่น วัด และพระราชวัง มัคคุเทศก์จะต้องบอกกล่าวให้นักท่องเที่ยวทราบถึงวิธีการปฏิบัติบางอย่างที่ควรทราบ เช่น การถอดรองเท้า การสวมหมวก การไม่ปีนป่ายพระพุทธรูป หรือการแตะต้องเครื่องใช้ และเครื่องประดับที่จัดแสดงไว้ รวมทั้งถ้าไม่อนุญาตให้มีการถ่ายรูปภายในอาคารสถานที่ ก็จะต้องบอกให้นักท่องเที่ยวทราบด้วย

2.12 กำชับให้นักท่องเที่ยวระมัดระวังอุบัติเหตุจากการจราจรขณะเดินไปตามจุดต่าง ๆ รวมทั้งระมัดระวังการฉกชิงวิ่งราว และการโจรกรรมสิ่งของที่นักท่องเที่ยววางทิ้งไว้ในยานพาหนะ

2.13 หากมีการแวะรับประทานอาหารระหว่างทาง หรือมีการพักรแรม มัคคุเทศก์ควรโทรศัพท์ยืนยันกับร้านอาหารและโรงแรม ก่อนเดินทางไปถึง พร้อมกับบอกเวลาที่จะไปถึงให้ทราบ เพื่อให้ร้านอาหารและโรงแรมได้เตรียมตัวให้การต้อนรับล่วงหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดความล่าช้าในการเดินทาง มัคคุเทศก์จะต้องรีบแจ้งให้ร้านอาหารหรือโรงแรมทราบโดยทันที

2.14 ดูแลอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางในยานพาหนะ เช่น การแจกน้ำและเครื่องดื่ม การแจกผ้าเย็น การแจกอาหารกลุ่มและอาหารว่าง

2.15 ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วยกะทันหันหรือได้รับอุบัติเหตุ หากจำเป็น มัคคุเทศก์อาจต้องให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้น หรือนำส่งโรงพยาบาลหรือคลินิกแพทย์แล้วแต่กรณี แต่อย่าให้ยาแก่นักท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเมื่อนำส่งโรงพยาบาลหรือคลินิกแพทย์ต้องแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบว่าเขาจะต้องรับผิดชอบค่ารักษาพยาบาลด้วยตนเอง ยกเว้นในกรณีที่เป็นการเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งบริษัทนำเที่ยวต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้

2.16 มัคคุเทศก์ต้องประสานงานกับร้านอาหาร และโรงแรมที่พัก ในการจัดรายการอาหาร และชนิดของห้องพัก ให้ตรงกับที่ระบุไว้ในรายการนำเที่ยว หรือตามความประสงค์ของนักท่องเที่ยว (เช่นในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่รับประทานอาหารบางชนิด) และไม่ควรให้นักท่องเที่ยวต้องเสียเวลารอคอยนานเกินไปเมื่อเดินทางไปถึงสถานที่นั้น ๆ แล้ว

2.17 นำนักท่องเที่ยวไปตามรายการต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในรายการนำเที่ยวอย่างเคร่งครัด ถ้าหากมีเหตุจำเป็นไม่สามารถเข้าชมสถานที่แห่งใด หรือต้องเปลี่ยนแปลงเวลาเข้าชม หรือเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทาง ต้องอธิบายเหตุผลความจำเป็นให้นักท่องเที่ยวทราบ มิฉะนั้นนักท่องเที่ยวอาจกล่าวหาว่ามัคคุเทศก์หรือบริษัทนำเที่ยว มีเจตนาเอาเปรียบนักท่องเที่ยวโดยไม่ปฏิบัติตามรายการนำเที่ยวที่ระบุไว้

2.18 หากมีรายการนำชมโรงงานหรือร้านค้าหน่ายสินค้าหัตถกรรม และของที่ระลึก มัคคุเทศก์พึงระมัดระวังคำพูด มิให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าคุณบังคับ หรือชี้ชวน

ให้ซื้อ เพื่อการรับผลประโยชน์ตอบแทนจากร้านค้าของมัลคฤเทศก์ การตัดสินใจจะซื้อหรือไม่ซื้อควรเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวจะกระทำด้วยตนเอง และถ้านักท่องเที่ยวแสดงกิริยาอาการไม่สนใจหรือไม่ประสงค์ที่จะเข้าชมสถานที่นั้นๆ มัลคฤเทศก์ก็ควรจะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยตัดเวลาเข้าชมให้สั้นลง หรืออาจไม่เข้าชมเลยก็ได้

2.19 กรณีจัดกิจกรรมนันทนาการ เช่น เกม กีฬา การแสดง ดนตรี เพลง หรือบันเทิงต่างๆ มัลคฤเทศก์พึงปฏิบัติอย่างจริงจัง เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมเต็มรูปแบบ มีความพร้อมในจำนวนบุคลากรผู้นำกิจกรรม ควรระลึกเสมอว่า นักท่องเที่ยวต้องได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และมีสาระในกิจกรรมนั้น ๆ

3. การปฏิบัติหน้าที่เมื่อสิ้นสุดการเดินทาง

3.1 กล่าวคำขอบคุณ และคำอำลาต่อนักท่องเที่ยว ที่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งการให้ความร่วมมือในการเดินทาง

3.2 เตือนมิให้นักท่องเที่ยวลืมสิ่งของใด ๆ ไว้ในยานพาหนะที่โดยสาร

3.3 ส่งนักท่องเที่ยวกลับโรงแรมที่พัก หรือจุดหมายปลายทาง ในกรณีที่นักท่องเที่ยวต้องการลงจากยานพาหนะระหว่างทาง หรือพักอยู่โรงแรมแยกย้ายจากกัน มัลคฤเทศก์ควรไต่ถามไว้ล่วงหน้า

3.4 หลังจากส่งนักท่องเที่ยวเสร็จเรียบร้อย ให้ตรวจดูความเรียบร้อยบนยานพาหนะ หากมีสิ่งใดบกพร่องชำรุดเสียหาย หรือมีนักท่องเที่ยวลืมสิ่งของไว้บนรถ ให้รีบแจ้งให้บริษัทนำเที่ยวทราบ

3.5 จัดทำรายงานการปฏิบัติงานเสนอต่อบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งปัญหาและเสนอแนะที่อาจมีเพื่อให้บริษัทนำเที่ยวรับทราบ (ไพฑูรย์ พงศบุตร. 2542)

สรุป มัลคฤเทศก์เป็นบุคลากรทางนันทนาการที่เป็นผู้นำเที่ยวที่มีความสำคัญมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากมัลคฤเทศก์เป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเฉพาะมัลคฤเทศก์ต่างประเทศ ซึ่งต้องปฏิบัติงานกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มัลคฤเทศก์จะต้องมีจรรยาบรรณ และปฏิบัติตัวที่ดีต่อนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรจะมีการวิจัยถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การทำงานของมัลคฤเทศก์ เพื่อที่จะได้ทราบปัญหาที่เกิดต่อการปฏิบัติงานของมัลคฤเทศก์ และนำมาแก้ไข ซึ่งจะส่งผลดีต่อการปฏิบัติงานของมัลคฤเทศก์ได้อีกทางหนึ่ง

ผู้นำการท่องเที่ยว : ปัจจัยหลักในการจัดการ

ในการจัดการท่องเที่ยว นอกจากจะจัดการในเรื่องระบบอำนวยความสะดวก เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ อย่างปลอดภัย สะดวกสบาย สมหวัง ไร้กังวล ต้องมีผู้ช่วยเหลือดูแลนำพาจึงจะสมบูรณ์ ดังนั้น ในการดำเนินการ

การท่องเที่ยวจะต้องมีผู้นำการท่องเที่ยวเป็นผู้นำพาเสมอไปตลอดเวลา ซึ่งทำหน้าที่บริการให้ความช่วยเหลือ แนะนำ เป็นพี่เลี้ยงคำจุน ให้ความรู้อย่างถูกต้อง สื่อสาร ประสานสัมพันธ์ ร่วมกันอย่างจริงจัง ในขบวนการจัดการการท่องเที่ยวนั้นเรียกผู้นำการท่องเที่ยวว่า “มัคคุเทศก์” ซึ่งในเชิงนันทนาการนั้นอาจเรียกได้ว่า ผู้นำกิจกรรมนันทนาการ ซึ่งจะต้องทำหน้าที่มากมาย

หน้าที่ของผู้นำกิจกรรมนันทนาการในบทบาทมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ในบทบาทของผู้นำกิจกรรมนันทนาการที่ดีต้องปฏิบัติหน้าที่ตามที่หน่วยงานหรือผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือผู้มีอำนาจเหนือกว่าเป็นผู้กำหนดตามแผนงานต่าง ๆ และควรต้องทำหน้าที่อย่างผู้มีความรับผิดชอบสูง ซึ่ง เจฟฟรี รูบิน (ก่าโชค เผือกสุวรรณ. 2538 : 22 – 23, อ้างอิงจาก Jeffrey Rubin. 1976) หน้าที่โดยทั่ว ๆ ไปของผู้นำกิจกรรมนันทนาการนั้น มีดังต่อไปนี้

1. กำหนดนโยบายของกลุ่มและช่วยให้กลุ่มบรรลุเป้าหมายโดยวางแผนดำเนินการประสานงานให้สมาชิกร่วมมือกันทำกิจกรรมจนบรรลุเป้าหมาย
2. ช่วยให้กลุ่มอยู่โดยลดความเครียด จัดความขัดแย้งต่าง ๆ และสร้างความสามัคคีร่วมกัน
3. เป็นจุดรวมใจและเป็นแบบอย่างที่ดีของสมาชิก
4. เป็นที่ระบายอารมณ์ของสมาชิก
5. เป็นตัวแทนของกลุ่มในการติดต่อสัมพันธ์
6. เป็นผู้ให้ความรู้ ความเข้าใจ และแนะนำช่วยเหลือให้สมาชิกของกลุ่มปฏิบัติกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย

บทบาทของผู้นำการท่องเที่ยวในฐานะมัคคุเทศก์

บทบาทเป็นพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ภารกิจนั้น ๆ สำเร็จลุล่วงไปตามสภาพแวดล้อม โอกาส สถานการณ์ต่าง ๆ กัน ซึ่งสามารถมีบทบาทได้มากมาย ดังที่ ก่าโชค เผือกสุวรรณ (2538 : 43 – 44) ได้กล่าวไว้ คือ ต้องสามารถแสดงบทบาทได้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. เป็นผู้บริหารจัดการ
2. เป็นครู
3. เป็นผู้กำกับ
4. เป็นผู้แสดงนำ
5. เป็นนักพัฒนา

6. เป็นหัวหน้ากลุ่ม
7. เป็นนักประชาสัมพันธ์
8. เป็นนักกีฬา
9. เป็นนักนิเทศก์
10. เป็นนักแนะแนว
11. เป็นพี่เลี้ยง
12. เป็นนักตรวจสอบและประเมินผล

เทคนิคและวิธีการเป็นผู้นำการท่องเที่ยวในฐานะมัคคุเทศก์

เทคนิคและวิธีการเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่เป้าหมายของการจัดดำเนินการของกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพนับเป็นศาสตร์และศิลป์ที่จะต้องเรียนรู้อย่างชัดเจน ซึ่งสมควรร โพร้ทอง (2542 : 22) ได้สรุปดังนี้ ผู้นำกิจกรรมนันทนาการจะต้องเป็นบุคคล ต้องมีเทคนิคและวิธีการที่สำคัญ คือ

1. ต้องมีความรู้ความเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของวิชาชีพนันทนาการ โดยเฉพาะหลักพื้นฐานของนันทนาการปรัชญา และหลักการจัดการของกิจกรรมนันทนาการโดยละเอียด
2. ต้องศึกษาวิธีการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการทุกชนิด และฝึกปฏิบัติการเป็นผู้นำกิจกรรมนั้น ๆ จนชำนาญและมั่นใจที่จะนำไปถ่ายทอดต่อไปได้
3. ฝึกฝนตนเองบ่อย ๆ และเน้นเป็นอย่างยิ่งเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ท่าทาง
4. เสริมสร้างสมรรถภาพทางกายให้สมบูรณ์อยู่เสมอ
5. ฝึกฝนและพัฒนาจิตใจให้เป็นผู้ที่มีจิตดี จิตสบายและจิตมีสมรรถภาพ
6. ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์
7. ศึกษาและฝึกฝนการเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์
8. มีความรักและศรัทธาในวิชาชีพนันทนาการ
9. รู้วิธีการครองใจคน
10. มีความรู้ความสามารถในการบริหารตนเอง บริหารคน และบริหารงาน

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในบทบาทของผู้นำนันทนาการ

มัคคุเทศก์ควรมีคุณลักษณะที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประการ คือ

1. คุณลักษณะส่วนตัว เป็นลักษณะทางธรรมชาติที่ติดตัวมากับมนุษย์ทุกคน รวมทั้งได้รับการขัดเกลาอบรมจากสถานศึกษาให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งความรู้และความคิด เป็นสิ่งช่วยสร้างความสำเร็จให้กับตนเอง องค์การธุรกิจ อันได้แก่ คุณลักษณะต่อไปนี้ คือ

1.1 บุคลิกภาพ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกทั้งทาง กริยา ท่าทางและจิตใจ เป็นที่นิยมแก่ผู้พบเห็น มีสุขภาพดี มีการแต่งกายได้สง่างาม มีความสุภาพอ่อนน้อม ขยัน

อดทน มีเหตุมีผล และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รู้จักปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาจากการ
เลี้ยงดูของครอบครัว และจากครู – อาจารย์ รวมทั้งการเอาใจใส่ปรับปรุงด้วยตนเองอันจะ
ก่อให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ เป็นที่ไว้วางใจ รักใคร่ของเพื่อนร่วมงาน

เกย์ตัน (Guyton. 1969 : 365 – 369) ได้กล่าวถึง บุคลิกลักษณะที่ทำให้
บุคคลมีความน่าสนใจไว้ 12 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) มีความปรารถนาแรงกล้าที่จะทำสิ่งใดให้ประสบผลสำเร็จ หากเขามี
ความกระตือรือร้นไม่จำกัดอันเป็นแรงขับพลังงาน การกระตุ้น จูงใจ ความทะเยอทะยาน
- 2) มีความเพียรพยายามสามารถเอาชนะอุปสรรคที่ขวางกั้นได้
- 3) มีความกล้าที่จะเริ่มต้นทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด
- 4) มีความศรัทธาต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อองค์กรธุรกิจ
- 5) มีความซื่อสัตย์ มั่นคง แม้จะใช้เวลานานกว่าจะประสบความสำเร็จได้
- 6) มีความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ
- 7) มีความยุติธรรม ไม่คำนึงถึงพรรคพวก
- 8) มีความสามารถมองเห็นสิ่งรอบตัวด้วยความถูกต้อง แม่นยำ
- 9) มีความยืดหยุ่น สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ตามความจำเป็น
- 10) มีวินัยแห่งตน สามารถบังคับควบคุมตนเองได้
- 11) มีความแน่วแน่เด็ดขาด กล้าตัดสินใจ
- 12) มีความจำดี จำสิ่งต่าง ๆ ได้แม่นยำ

บุคลิกภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสรรหาบุคคลเข้าทำงานขององค์กร เพราะ
เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาทำให้เป็นที่พอใจแก่บุคคลที่พบเห็น

1.2 มนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่น
เนื่องจากการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรธุรกิจต้องมีความร่วมมือ ร่วมใจกัน ช่วยเหลือ
เอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน มีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน มนุษยสัมพันธ์เป็น
เครื่องมือชิ้นเดียวเท่านั้นที่สร้างสันติในกลุ่ม จะก่อให้เกิดความรัก ความเข้าใจในกันและกัน
นำไปสู่การประสานงานเพื่อพัฒนาสถาบัน (เต็มสิริ บุญยสิงห์. 2530 : 12) ปรัชญา
มนุษยสัมพันธ์เชื่อว่า ถ้ามนุษย์ร่วมมือร่วมใจกันอย่างดีที่สุดแล้ว สังคมหรือหน่วยงานนั้นย่อมจะ
มีความเป็นอยู่ที่ดีที่สุด มีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีที่สุดด้วย มนุษยสัมพันธ์ก่อให้เกิดความ
เข้าใจระหว่างมวลสมาชิก ก่อให้เกิดความสำเร็จในการทำงานและก่อให้เกิดผลดี ดังต่อไปนี้
(พะยอม วงศ์สารศรี. 2539 : 5)

- 1) มนุษยสัมพันธ์ ช่วยให้บุคคลทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจกันดี ซึ่งส่งผลให้
เกิดความร่วมแรงร่วมใจในการทำงาน ทำให้งานที่ทำประสบผลสำเร็จ
- 2) มนุษยสัมพันธ์ ช่วยให้มีมนุษย์มีความรู้สึกที่ดีแก่กันและกัน มีความสุข ซึ่ง
ความสุขในที่นี้จะป็นดัชนีนำทางให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่ร่าเริงแจ่มใส ทำงานด้วยความพึงพอใจ

3) มนุษย์สัมพันธ์ ช่วยให้มีมนุษย์มีขวัญและกำลังใจที่จะดำเนินชีวิตอยู่ต่อไป เพราะรู้สึกว่าจะสงคมนั้นน่าอยู่ มีเพื่อนไม่โดดเดี่ยว

4) มนุษย์สัมพันธ์ ติดต่อกันอย่างทอดที่ติระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ไม่เกิดความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกัน

กล่าวโดยสรุป คุณลักษณะของมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ก็คือ คุณลักษณะของบุคคลที่ร่วมปฏิบัติงานในองค์กรด้วยไมตรีจิต เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อ่อนน้อมถ่อมตนกับเพื่อนร่วมงานเพื่อสร้างบรรยากาศอันดีมิตรในการปฏิบัติงานและพร้อมที่จะอุทิศพลังกายพลังใจ เพื่อการบรรลุผลสำเร็จขององค์กรเป็นสำคัญในอันที่จะนำไปสู่ลักษณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการ

1.3 เจตคติต่องาน หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง สิ่งใด อาจเป็นด้านดีหรือไม่ดี เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย พอใจหรือไม่พอใจ ถ้าเป็นด้านดีจะมีความชื่นชมพอใจ ถ้าเป็นด้านไม่ดีจะก่อให้เกิดการขัดแย้ง และต่อต้านในที่สุด ทักษะที่ดีต่อสิ่งนั้น ๆ เช่น ทักษะที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน ต่อหน้าที่ ต่ออาชีพ ต่อลูกค้า ซึ่งทักษะที่ดีควรเป็นทักษะที่เชิงบวก เพื่อสร้างความก้าวหน้าให้แก่องค์กรธุรกิจ (พูนทรัพย์ นพวงษ์ ณ อยุธยา. 2536 : 11)

2. คุณลักษณะทางวิชาชีพ เป็นลักษณะที่ได้รับการหล่อหลอมมาจากประสบการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะการศึกษาเล่าเรียนในหลักสูตร สาขานั้นหนนาการ หรือศึกษาอบรมเฉพาะวิชาชีพนั้นหนนาการจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ อันได้แก่ ความรู้พื้นฐาน ความรู้ความสามารถทั่วไปในวิชาชีพนั้นหนนาการ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานสำนักงาน ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติทักษะกิจกรรมนั้นหนนาการ

นอกจากคุณลักษณะที่สำคัญดังกล่าวข้างต้นซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการนั้นหนนาการในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานแล้ว จากผลการวิจัยทางอาชีพศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า สถานประกอบการต้องการบุคลากรที่เป็นทั้งคนดี และคนเก่ง (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 2538) ดังนี้

คุณลักษณะของความเป็นคนดี

1. มีความจงรักภักดี ซื่อสัตย์ สุจริต
2. มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ รักการทำงาน
3. ขยันขันแข็ง มีความเพียร มานะ อดทน สู้งานไม่ท้อถอย
4. ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้ สร้างความสามัคคีในหมู่คณะ
5. มีคุณธรรม จริยธรรม

คุณลักษณะของความเป็นคนเก่ง

1. เป็นผู้ที่รู้จักจริง มีความสามารถในการทำงาน และแก้ปัญหาทางานได้ดี
2. มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน
3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ริเริ่มในงานใหม่อยู่เสมอ

4. มีความรอบคอบและทักษะในหลายด้าน
5. มีความรู้พื้นฐานที่จะสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้
6. หมั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในงานของตนอยู่เสมอ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ระหว่างคุณลักษณะของความเป็นคนดี และคุณลักษณะของความเป็นคนเก่ง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสถานประกอบการต้องการผู้จบอาชีวศึกษาที่เป็นคนดีมาเป็นอันดับแรก โดยให้เหตุผลว่า ในเรื่องของความเป็นคนเก่งนั้นสามารถฝึกเพิ่มเติมได้ในภายหลัง ถ้ามีพื้นฐานที่ดีมาก่อนแล้ว แต่สำหรับความเป็นคนดีนั้นเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่ต้องใช้เวลา บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมในการปลูกฝังสร้างสมมาตั้งแต่วัยเด็ก

ไพฑูรย์ พงศบุตร (2542 : 78) กล่าวว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นมัคคุเทศก์ และมีโอกาสที่จะเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีได้ ควรมีลักษณะที่เหมาะสมบางประการดังนี้

1. มีบุคลิกดี มัคคุเทศก์ควรมีรูปร่างหน้าตาไม่พิกลพิการ หากเป็นผู้ที่มีรูปร่างหน้าตาดี ก็ย่อมเป็นข้อได้เปรียบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังควรมีสุภาพดี แข็งแรง และมีความเป็นผู้นำ มีน้ำเสียงไพเราะ พูดจาออกเสียงได้ชัดเจน ไม่ติดอ่าง หรือเสียงแหบแห้ง รักษาความสะอาดของร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผิวหนัง ผม ฟัน เล็บ ต้องหมั่นรักษาให้สะอาดและเรียบร้อย ไม่มีกลิ่นตัวและกลิ่นปากเป็นที่น่ารังเกียจ มีสติอารมณ์มั่นคง สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างสุขุมรอบคอบ ไม่วู่วาม หรือแสดงความวิตกกังวลมากเกินไป เช่น ในกรณีเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ยานพาหนะเสียขณะเดินทาง การถูกโจรกรรม การเจ็บป่วยกะทันหันของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. มีความรู้ดี มัคคุเทศก์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนความรู้พื้นฐานในด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศชาติและของท้องถิ่น รวมทั้งความรู้ทั่วไปที่ควรทราบ ด้วยเหตุนี้มัคคุเทศก์ที่ดีจึงควรเป็นผู้ที่หมั่นแสวงหาความรู้ต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา รวมทั้งติดตามสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศ และของโลกจากสื่อมวลชนด้วย ในกรณีที่เป็นมัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะต้องมีความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศที่ใช้งานอยู่เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพูด ต้องสามารถพูดจาได้คล่องแคล่ว ถูกต้อง และมีสำเนียงชัดเจนหรือค่อนข้างชัดเจน นอกจากนี้ยังควรมีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมประเพณีของชาติต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวซึ่งตนดูแลอยู่บ้างพอสมควร ซึ่งถ้าหากสามารถนำมาพูดคุยหรืออธิบายเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่ในประเทศไทย ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ และประทับใจในความรอบรู้ของมัคคุเทศก์มากยิ่งขึ้น

3. มีมนุษยสัมพันธ์ดี มัคคุเทศก์ควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถเข้ากับนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเป็นปรปักษ์หรือไม่ไว้วางใจ

4. มีจิตวิญญาณของความเป็นมัคคุเทศก์ คุณลักษณะนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะผู้ที่จะเป็นมัคคุเทศก์ได้ดี นอกจากจะมีคุณลักษณะอย่างอื่น ๆ ดังกล่าวมาแล้ว จะต้องมี

ใจรักในอาชีพมัคคุเทศก์ด้วย มิใช่ทำด้วยความฝืนใจ หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว

5. มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ ในวิชาชีพการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
 ทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์ (2525 : 284) แห่งศูนย์พัฒนาบุคลากรภาพ ได้ให้ข้อเสนอแนะ
 บางประการสำหรับมัคคุเทศก์ไว้ ดังนี้

1. ความเป็นกันเอง
2. ลดความเห็นแก่ตัว
3. เอาใจใส่นักท่องเที่ยวทุกคนในกลุ่ม
4. ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ
5. สดชื่น ร่าเริง มีอารมณ์ขัน
6. รู้ให้จริง (อย่ายกเมฆ)
7. จำชื่อเขาให้ได้ เรียกชื่อเขาให้ถูก
8. หัดเป็นนักอ่านและสังเกตจดจำ
9. เป็นนักฟังที่ดี
10. สร้างทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย

เถกิง สวาสดิพันธ์ (2525 : 260) กล่าวถึง การปฏิบัติงานในหน้าที่มัคคุเทศก์ที่ดีไว้
 ดังนี้

1. ต้องเป็นผู้นำ
2. วางแผนงานดี
3. ความรู้ดี
4. การบรรยายดี
5. บริการดี
6. ตรงต่อเวลา
7. มีความอดทน
8. มีมารยาทดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

เคอร์ทิส (Curtis. 1976) ได้ทำการวิจัยเรื่องบุคลิกภาพและคุณลักษณะของผู้นำ
 กิจกรรมกลางแจ้ง โดยใช้แบบสำรวจเยาวชนผู้เข้าโครงการที่เป็นสมาชิก จำนวน 870 คน ณ
 มลรัฐนิวยอร์ก (New York) พบว่า ผู้นำกิจกรรมจะต้องมีคุณภาพลักษณะและบุคลิกภาพดัง
 ต่อไปนี้

1. มีความสง่างามในด้านร่างกาย สมส่วน แข็งแรง พอจะเป็นผู้นำได้
2. มีจิตใจ อารมณ์เบิกบานอยู่ตลอดเวลา
3. มีความอดทนเป็นพิเศษ
4. มีความเอื้ออาทรต่อทุกคน
5. ปรับตนเองเข้าหาผู้อื่นและสังคมอยู่เสมอ
6. แต่งกายเหมาะสมถูกกาลเทศะ
7. เข้าใจและซาบซึ้งในการใช้ธรรมชาติเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพ
8. มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในกิจกรรมการแสดงอย่างดียิ่ง
9. มีความสนใจและฝึกฝนทักษะปฏิบัติกิจกรรมอยู่ตลอดเวลา
10. รักและสนใจกีฬา และธรรมชาติเป็นพิเศษ

แรนนี่ (Ranny. 1980) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้นำสวนสาธารณะในสหรัฐอเมริกา มลรัฐนิวเจอร์ซีย์ โดยสร้างความคิดเห็นของสมาชิกและผู้เข้ามาใช้สวนสาธารณะจำนวน 1,345 คน พบว่า ส่วนใหญ่ประสงค์ได้ผู้นำสวนสาธารณะมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

1. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์สูง อดทน ชยันในการแก้ปัญหา
2. มีสุขภาพสมบูรณ์และวัยควรอยู่ระหว่าง 28 – 40 ปี
3. อุทิศตนเพื่ออาชีพและวิชาชีพครูกิจกรรมผู้นำ
4. มีความรู้ดีทั้งด้านบริหารจัดการทั่วไป และการจัดการสวนสาธารณะ
5. ชอบกิจกรรมเกมกลางแจ้งและกีฬา
6. รักและศรัทธาในวิชาชีพนั้นทนทานการ และการสวนสาธารณะ
7. มีมนุษยสัมพันธ์เป็นเลิศ
8. มีความเป็นครูสูง โดยเฉพาะรู้จักการถ่ายทอด สอน แนะนำ ปฏิบัติ สาธิตกิจกรรม

ต่าง ๆ ได้อย่างชำนาญและมีเทคนิควิธีการทำกิจกรรมกลางแจ้งแบบแปลก ๆ ใหม่อยู่เสมอ

ไวคัส (Wikes : 1981) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำและผู้บริหารสโมสร โดยสำรวจความคิดเห็นจากสมาชิกสโมสรต่าง ๆ ในรัฐฟลอริดา จำนวน 1,438 คน 220 สโมสร พบว่า

1. ผู้นำกิจกรรมสโมสรจะต้องเป็นผู้บริหารจัดการด้วย
2. มีความรู้ เข้าใจ และสามารถบริการดูแลอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้แก่สมาชิกอย่างดี
3. สาธิต อธิบาย และสอนกิจกรรมเกมต่าง ๆ ที่สมาชิกเรียกร้องในสโมสรได้อย่าง

สละสลวยแม่นยำ

4. มีความรู้ ความสามารถในการจัดสำนักงานและปฏิบัติงานสำนักงานในสโมสรได้อย่างมีอาชีพ

5. มีคุณลักษณะส่วนตัวดี เช่น สุขภาพจิต ภายสมบูรณ์ มีอารมณ์ขัน แจ่มใสอยู่เสมอ มีคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงาม ซื่อสัตย์ ยุติธรรม รักและศรัทธาในอาชีพการบริการและ กิจกรรมกีฬาในร่ม มีมนุษยสัมพันธ์ดี

เดลิส (Delise. 1999 : 118) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการให้คำปรึกษาทางวิชาการแก่นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมิชิแกน เพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้คำปรึกษาทางวิชาการ (Academic Advising) แก่นิสิตกลุ่มตัวอย่างเป็นอาจารย์และนิสิตระดับปริญญาตรีกว่า 5,000 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถาม สรุปได้ว่าผู้ทำงานเกี่ยวกับกิจกรรมนิสิต กิจกรรมกีฬา กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมค่าอาสาพัฒนา กิจกรรมกลางแจ้ง ควรจะมีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ให้ความสนับสนุนและกระตุ้นให้นิสิตสำนึกในศักยภาพของตน
2. ช่วยในการวางแผนการเรียนร่วมกับนิสิตในทุก ๆ ภาคเรียน
3. ช่วยในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการเรียนหลังจากลงทะเบียนไปแล้วโดยการถอนวิชาเรียน (Drop) และการเพิ่มวิชาเรียน (Add)
4. ให้ความสนับสนุนและกระตุ้นให้นิสิตสำนึกในความสามารถของตน ให้นิสิตค่อย ๆ เข้าใจตนเองและส่งเสริมให้นิสิตสามารถช่วยตัวเองได้มากขึ้น
5. ช่วยให้นิสิตรู้จักตัดสินใจและแก้ปัญหาต่าง ๆ
6. ช่วยนิสิตที่มีผลการเรียนเรียนต่ำให้ค้นหาสาเหตุและวิธีการปรับปรุงการเรียนให้ดีขึ้น
7. ช่วยแนะนำนิสิตไปยังแหล่งต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย เพื่อเรียนรู้แหล่งต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งที่นิสิตจะได้รับประโยชน์จากแหล่งนั้น ๆ
8. มีบุคลิกลักษณะผู้นำทางวิชาการชัดเจน
9. มีสุขภาพสมบูรณ์
10. สนใจประกอบกิจกรรมทั้งกลางแจ้งและในร่ม
11. มีความสนใจในวิชาการใหม่ ๆ อยู่เสมอ
12. มีความเป็นครู
13. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับครูและนักเรียน
14. มีทักษะร่วมกันทั้งด้านบุคคลและด้านการทำงานในองค์กร

งานวิจัยในประเทศ

สุรศักดิ์ นานา (2525 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณลักษณะของบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ตามความต้องการของผู้ใช้ โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 582 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความ

ต้องการบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาสาขาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ พบว่า

1. มีความรับผิดชอบต่อการทำงาน
2. มีความขยันอดทนต่อการทำงาน และการใช้ชีวิตร่วมกันในการทำงาน

3. มีความสามารถในการเรียนรู้งานได้เร็ว
4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี
5. แสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
6. มีความคิดริเริ่ม รู้จักวินิจฉัยปัญหาแก้ปัญหาและตัดสินใจที่ดี
7. มีศีลธรรมจรรยาและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม

บัญญัติ กุศลสถาพร และคนอื่น ๆ (2532 : 112) ได้ศึกษาความต้องการคุณลักษณะของแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 43 คน พบว่า ผู้ประกอบการทุกคนให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะส่วนตัวของลูกจ้างเป็นอันดับแรก ในด้านความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร ความตรงต่อเวลา สุขภาพแข็งแรง ความคล่องแคล่วว่องไว มีระเบียบวินัย อดทน สะอาด เชื้อมันตนเอง ชำนาญในอาชีพ เชื้อฟังผู้บังคับบัญชา ส่วนด้านวิชาการเป็นอันดับรอง

จันทร์ศร เจริญวุฒิ (2539 : 115) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำการท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์ผู้จัดการบริษัทการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 86 บริษัท พบมีความเห็นว่า ผู้นำการท่องเที่ยวต้องมีคุณลักษณะองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะส่วนตัวอยู่ในระดับมากที่สุด คุณลักษณะด้านทักษะปฏิบัติการนำเที่ยว การจัดการบริการทั่วไปเกี่ยวกับการพักผ่อน ความสะดวกสบายในการเดินทางอยู่ในระดับมาก และคุณลักษณะด้านปฏิบัติการกิจกรรมนันทนาการระหว่างการเดินทางและคุณลักษณะด้านวิชาการอยู่ในระดับปานกลาง

ศุภโรจน์ เตชะบรรเจิด (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพนักงานบุคคลตามทัศนะของผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะของพนักงานบุคคลที่พึงประสงค์ ตามความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงทางด้านสถานภาพของพนักงานบุคคล คือ พนักงานบุคคลเป็นเพศใดก็ได้ อายุ 26 – 30 ปี วุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงานในด้านบุคคล 4 – 5 ปี ในด้านบุคลิกภาพผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญในประเด็นรักษาความลับได้ดี มนุษย์สัมพันธ์ดี และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับความสามารถ 3 อันดับแรกคือ ความสามารถรับรู้และเข้าใจความรู้สึกของบุคคลในองค์กร ความสามารถในการตอบโต้ การวิพากษ์วิจารณ์ในลักษณะที่เป็นมิตร และความสามารถในการให้ความร่วมมือในการทำงานกับบุคคลต่าง ๆ ในด้านความรู้ ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับความรู้ด้านการสรรหาและคัดเลือกมากที่สุด รองลงมาคือความรู้ด้านการวางแผนกำลังคน

2. ความคิดเห็นของผู้บริหารระดับกลางให้ความสำคัญในด้านสถานภาพพนักงาน คือ พนักงานบุคคลเป็นเพศใดก็ได้ อายุ 26 – 30 ปี วุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรี มี

ประสบการณ์ทำงานในด้านบุคคล 0 – 3 ปี ในด้านบุคลิกภาพผู้บริหารระดับกลางให้ความสำคัญในประเด็นรักษาความลับได้ดี มนุษย์สัมพันธ์ดี มีจิตใจให้บริการ มีความรับผิดชอบต่อหน่วยงาน ในด้านความสามารถผู้บริหารระดับกลางให้ความสำคัญกับความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้ามากที่สุด รองลงมาคือความสามารถรับรู้และเข้าใจความรู้สึกของบุคคลในองค์กร และความสามารถทำงานกับคนหลายประเภท ในด้านความรู้ผู้บริหารระดับกลางให้ความสำคัญมากที่สุดกับความรู้ด้านการสรรหาและคัดเลือกและความรู้ด้านการวางแผนกำลังคนเป็นอันดับสอง

เรื่องยศ วัชรเกตุ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะและทักษะพื้นฐานของบุคลากรในวิชาชีพนันทนาการ โดยทำสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 21 คน ทำการวิเคราะห์ทางเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ผลการวิจัยพบ ดังนี้

1. คุณลักษณะทางวิชาชีพ ได้แก่ ด้านสถานภาพทางวิชาชีพ มีทั้งหมด 16 ข้อ ที่สำคัญเป็นอันดับแรก คือ มีความรักและศรัทธาในวิชาชีพนันทนาการ ส่วนด้านสถานภาพทางวิชาการมีทั้งหมด 9 ข้อที่สำคัญอันดับแรก คือ มีความใฝ่รู้ทางวิชาการในวิชาชีพนันทนาการ เช่น การเข้าร่วมประชุม สัมมนา อบรมทางวิชาการ

2. ทักษะพื้นฐานทางวิชาชีพ มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านการสอนและการฝึกอบรม ที่สำคัญสูงสุด คือ ประสบการณ์ในการเป็นผู้นำนันทนาการ

2.2 ด้านมนุษยสัมพันธ์ ที่สำคัญสูงสุด คือ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

2.3 ด้านการศึกษาผู้เข้าร่วมกิจกรรม ที่สำคัญสูงสุด คือ ผ่านการศึกษา อบรมเทคนิคการเป็นผู้นำนันทนาการ

2.4 ด้านการใช้ภาษาและการสื่อสาร ที่สำคัญสูงสุด คือ ทักษะ และประสบการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ

2.5 ด้านการจัดการทั่วไป ที่สำคัญสูงสุด คือ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการบริหารงาน

อัญชนา พันธุ์อรุณ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของมัคคุเทศก์ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นมัคคุเทศก์ทั่วไป จำนวน 372 คน ผลการวิจัยพบ ดังนี้

1. มัคคุเทศก์ที่มีรายได้และประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานแตกต่างกัน

2. ปัจจัยภายใน คือ ความเชื่ออำนาจตนเอง แรงจูงใจ และคุณลักษณะที่ดี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทางบวก

3. ปัจจัยภายนอก คือ ความมั่นคงปลอดภัย โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทางบวก ส่วนความคิดเห็นคำตอบแทนและรางวัลมีความสัมพันธ์ทางลบ

ชวนพิศ ต้นสกุลพร (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้จัดการสนามกอล์ฟตามความต้องการของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟกองทัพไทยในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ จำนวน 383 คน ผลการวิจัยพบดังนี้

ความต้องการของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพของผู้จัดการสนามกอล์ฟ ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร อายุ สมาชิกภาพ ประสบการณ์ในการเล่นกอล์ฟ และแต้มต่อที่ใช้ในการเล่นกอล์ฟ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ทั้งรายได้และโดยรวมทุกด้าน และไม่มีความแตกต่างเกี่ยวกับความต้องการระหว่างผู้ใช้บริการของสนามกอล์ฟศูนย์พัฒนากีฬากองทัพบกกับสนามกอล์ฟกองทัพไทยอื่น ๆ

บัญชา ชมกลิ่น (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้นำกิจกรรมนันทนาการตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจนันทนาการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจนันทนาการ 4 ประเภท คือ ผู้ประกอบธุรกิจสโมสรเพื่อพัฒนาสุขภาพ กีฬาอล์ฟ สวนสนุก และการท่องเที่ยว จำนวน 234 คน ผลการวิจัยพบดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนตัว

1.1 ด้านบุคลิกภาพ ผู้ประกอบธุรกิจนันทนาการประเภทการท่องเที่ยว สโมสรเพื่อพัฒนาสุขภาพและกีฬาอล์ฟ มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพของผู้นำกิจกรรมนันทนาการในการมีระเบียบวินัยในการทำงานมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนธุรกิจนันทนาการสวนสนุก มีความคาดหวังในเรื่องปฏิภาณไหวพริบในการปฏิบัติงานมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง

1.2 ด้านมนุษยสัมพันธ์ ผู้ประกอบธุรกิจนันทนาการประเภทการท่องเที่ยว สโมสรเพื่อพัฒนาสุขภาพและสวนสนุก มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์ในเรื่อง การปรับตัวเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนธุรกิจนันทนาการประเภทกีฬาอล์ฟ มีความคาดหวังในเรื่องติดต่อประสานงานกับผู้อื่นให้ดีที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง

1.3 ด้านเจตคติ ผู้ประกอบธุรกิจนันทนาการทุกประเภทมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านเจตคติ ของผู้นำกิจกรรมนันทนาการ เช่นเดียวกันในเรื่องความพึงพอใจในงานที่ทำมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง

ทองพูน จันทบูรณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้นำนันทนาการตามทัศนะของสมาชิกศูนย์เยาวชน สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกศูนย์เยาวชน จำนวน 381 คน ผลการวิจัยพบดังนี้

1. สมาชิกศูนย์เยาวชน สังกัดกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพ ทั้งรายด้าน ทุกด้าน และโดยรวม อยู่ในระดับมาก
2. สมาชิกศูนย์เยาวชน ที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีความเห็นต่อคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพ ของผู้นำนั้นทนทานการไม่แตกต่างกัน แต่ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

การกำหนดประชากร และเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4,448 บริษัท ปี พ.ศ.2548 (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรุงเทพมหานคร. 2548)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ คือ บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่จดทะเบียนการค้าในกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางเทียบขนาดของ เครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ได้จำนวน 286 บริษัท แต่ในการวิจัยคั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากกว่าเกณฑ์เทียบในตารางเพื่อเป็นตัวแทนที่เหมาะสม คือ จำนวน 400 บริษัท และทำการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากรายชื่อบริษัทให้ได้ครบจำนวนที่ต้องการ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นลักษณะข้อคำถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำแนกคำถามตามตัวแปร ขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมาย ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมาย

เกณฑ์การให้คะแนน

มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด	5	คะแนน
มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก	4	คะแนน
มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง	3	คะแนน
มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย	2	คะแนน
มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด	1	คะแนน

การแปลความหมายโดยพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวัง กำหนดเป็นระดับความคาดหวังดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2543 : 120)

ระดับความคาดหวัง	ช่วงคะแนน
มาก	3.67 – 5.00
ปานกลาง	2.34 – 3.66
น้อย	1.00 – 2.33

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามในตอน 2

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

- ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้า
- นำแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้จำนวน 50 ข้อ ที่สร้างขึ้นแล้วไปปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขจากคณะกรรมการควบคุมปริญญาโทปริญญาตรี
- นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของคณะกรรมการ การควบคุมปริญญาโทปริญญาตรีไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้ง พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์เกี่ยวกับความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยดำเนินการพิจารณาจากเกณฑ์ดังนี้
 - ถ้าข้อคำถามแน่ใจว่าสอดคล้องตามจุดมุ่งหมาย และหัวข้อเรื่องมีคะแนน +1
 - ถ้าข้อคำถามไม่แน่ใจว่าสอดคล้องตามจุดมุ่งหมาย และหัวข้อเรื่องมีคะแนน 0
 - ถ้าข้อคำถามแน่ใจว่าไม่สอดคล้องตามจุดมุ่งหมาย และหัวข้อเรื่องมีคะแนน -1

จากนั้นนำคะแนนทั้งหมดมาคำนวณหาค่ามาตรฐานตามที่กำหนดไว้โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IC) ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัดผล แล้วเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IC = หรือมากกว่า 0.5 ขึ้นไป พบว่าได้จำนวน 41 ข้อ จากจำนวน 50 ข้อ

5. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบและผ่านเกณฑ์พิจารณาในข้อ (4) แล้ว ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับเจ้าของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ไม่ใช่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบผลการวิเคราะห์หาคุณภาพเครื่องมือจากวิธีการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีการของ ครอนบัท ให้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8915

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ขออนุญาตราชการจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อนำไปขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากบริษัทผู้ประกอบการท้องถิ่นในกรุงเทพมหานคร โดยทำหนังสือถึงประธานบริษัทผู้ประกอบการท้องถิ่นโดยตรง และประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ และติดตามโดยตรงอีกครั้ง ผลการดำเนินการได้ข้อมูลกลับมา 388 ชุด จาก 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.00

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้จากการตอบของกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์ พบสมบูรณ์ทุกฉบับ จำนวน 388 ฉบับ แล้วนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social Science) โดยวิเคราะห์ดังนี้

1. แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ตามตัวแปร ขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ รายได้จากการประกอบการ

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อทราบระดับความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคูเทศก์

3. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อ 2 ลักษณะการประกอบการ

4. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ ตามตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อ 1 ขนาดของบริษัท ข้อ 3 ระยะเวลาในการประกอบการ และข้อ 4 รายได้จากการประกอบการ และในกรณีถ้าพบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในแต่ละปัจจัย นำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของนิวแมนคูลส์ (Newman Keuls Method)

5. วิเคราะห์ค่าความถี่ของความคิดเห็นโดยอิสระที่ซ้ำๆ กัน แล้วเรียงลำดับความสำคัญจากค่าความถี่มากไปสู่ความถี่น้อย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ โดยใช้สูตร (ประคอง กรรณสูตร. 2525 : 73)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 74)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 74)

$$S = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาดัชนีสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงพิ้นิจ (Face Validity) โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531 : 124)

$$IC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IC แทน ดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม
 $\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536 : 170-171)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_1^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
 n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 $\sum S_1^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อ

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมของแบบสอบถาม

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ย 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทีวีรัตน์. 2540 : 135)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}, \quad df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าที่พิจารณาใน t-distribution
	\bar{X}_1	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1
	\bar{X}_2	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่าง ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) หรือทดสอบค่า เอฟ (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2537 : 249)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - distribution
	MS_B	แทน	ค่า Mean Square ระหว่างกลุ่ม
	MS_W	แทน	ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม

3.3 ถ้าหากพบว่า ผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีนิวแมน-คูลส์ (Newman Keuls Method) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2537 : 267-268)

$$q = \sqrt{\frac{MS_w}{\tilde{n}}}$$

เมื่อ q แทน q - statistic ที่ได้จากรายการ
 MS_w แทน ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม
 \tilde{n} แทน จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เท่ากัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนเฉลี่ย (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
P	แทน	ความน่าจะเป็น (Probability)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวม คะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Mean of Square)
*	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Significant)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน นำไปวิเคราะห์ทางสถิติดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์
3. วิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามตัวแปรอิสระที่กำหนด
4. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นอิสระของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์โดยทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ทางสถิติค่าร้อยละ ดังปรากฏในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร ขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ

สภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของบริษัท		
ใหญ่	107	27.82
กลาง	211	54.86
เล็ก	70	17.32
รวม	388	100.00
2. ลักษณะการประกอบการ		
จัดบริการท่องเที่ยวเฉพาะภายในประเทศ	42	10.92
จัดบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ	346	89.08
รวม	388	100.00
3. ระยะเวลาในการประกอบการ		
น้อยกว่า 5 ปี	96	24.08
6 - 10 ปี	180	46.80
11 ปีขึ้นไป	112	29.12
รวม	388	100.00
4. รายได้จากการประกอบการต่อปี		
น้อยกว่า 1,000,000 บาท	24	5.36
1,000,001 - 2,000,000 บาท	269	69.94
มากกว่า 2,000,000 บาท	95	24.70
รวม	388	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานในบริษัทที่มีขนาดกลาง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.86 ประกอบการชนิดบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 346 คิดเป็นร้อยละ

89.08 มีระยะเวลาในการประกอบการ 6-10 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 และมีรายได้ต่อปี 1,000,001 - 2,000,000 บาท จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 69.94

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ ด้านคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพมัคคุเทศก์ โดยวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังปรากฏในตาราง 2-10

ตาราง 2 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์ ด้านบุคลิกภาพ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
คุณลักษณะส่วนตัว			
(ด้านบุคลิกภาพ)			
1. มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง	3.56	.71	ปานกลาง
2. มีอารมณ์ร่าเริงเบิกบาน	3.81	.78	มาก
3. แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	3.74	.80	มาก
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.96	.78	มาก
5. มีปฏิภาณไหวพริบดี	4.20	.76	มาก
6. มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน	4.15	.65	มาก
7. มีความกระฉับกระเฉงว่องไวในการปฏิบัติหน้าที่	4.00	.71	มาก
8. มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.65	.78	มาก
9. มีความตั้งใจมุ่งมั่นในการทำงาน	4.16	.76	มาก
10. มีความอดุสาหะ ขยันและอดทนในการทำงาน	4.20	.75	มาก
รวม	4.04	.75	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางคือ ข้อ 1 มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .71) นอกนั้นทุกข้อมีความคาดหวังอยู่ในระดับ

มาก โดยมีความคาดหวังมาก 3 อันดับสูงสุดตามลำดับคือ อันดับ 1 ข้อ 8 มีความซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = .78) อันดับ 2 ข้อ 5 มีปฏิภาณไหวพริบดี ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = .76) และอันดับ 3 ข้อ 9 มีความตั้งใจมุ่งมั่นในการทำงาน ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = .76)

ตาราง 3 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์ ด้านมนุษยสัมพันธ์ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
คุณลักษณะส่วนตัว (ด้านมนุษยสัมพันธ์)			
1. มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น	4.14	.89	มาก
2. มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้อื่น	4.05	.92	มาก
3. มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์	4.10	.87	มาก
4. มีน้ำใจเป็นนักกีฬา	3.81	.93	มาก
5. เป็นผู้พูดและผู้ฟังที่ดี	4.11	.87	มาก
6. ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	4.20	.91	มาก
7. มีความจริงใจต่อการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น	4.15	.88	มาก
8. รู้จักให้อภัย และให้โอกาสต่อเพื่อนร่วมงาน	3.98	.94	มาก
รวม	4.06	.90	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 3 อันดับสูงสุดคือ อันดับ 1 ข้อ 7 มีความจริงใจต่อการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .88) อันดับ 2 ข้อ 1 มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .89) และ อันดับ 3 ข้อ 5 เป็นผู้พูดและผู้ฟังที่ดี ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .87)

ตาราง 4 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์ ด้านเจตคติ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
คุณลักษณะส่วนตัว			
(ด้านเจตคติ)			
1. มีความพึงพอใจในหน้าที่การงาน	4.10	.78	มาก
2. มีความรักและศรัทธาต่ออาชีพมัคคุเทศก์	4.51	.91	มาก
3. มีความจงรักภักดีต่อองค์กร	4.78	.88	มาก
4. มีความตั้งใจในการสร้างภาพพจน์อันดีงามแก่องค์กร	4.09	.76	มาก
5. มีความยุติธรรม	4.02	.79	มาก
6. อุทิศเวลาให้กับงานมัคคุเทศก์อย่างเต็มที่	4.06	.79	มาก
7. มีความเมตตากรุณาต่อผู้อื่น	3.98	.81	มาก
8. เห็นคุณค่าของงานทุกประเภท	3.59	.78	ปานกลาง
รวม	4.14	.81	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในด้านเจตคติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางคือ ข้อ 8 เห็นคุณค่าของงานทุกประเภท ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = .78) นอกนั้นทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 3 อันดับสูงสุดคือ อันดับ 1 ข้อ 3 มีความจงรักภักดีต่อองค์กร ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = .88) อันดับ 2 ข้อ 2 มีความรักและศรัทธาต่ออาชีพมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = .91) และอันดับ 3 ข้อ 1 มีความพึงพอใจในหน้าที่การทำงาน ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .78)

ตาราง 5 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะทางวิชาชีพของมัคคุเทศก์โดยรวม (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
คุณลักษณะด้านวิชาชีพ			
1. มีวุฒิการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี	3.10	.76	ปานกลาง
2. มีความรู้พื้นฐานการพูด อ่าน เขียน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้อย่างดี	3.42	.78	ปานกลาง
3. มีความรู้เข้าใจในหลักวิชาการนั้นทันนันทนาการกลางแจ้ง	3.15	.81	ปานกลาง
4. มีความรู้เข้าใจในวิชาจิตวิทยาต่างๆ ไป	3.65	.90	ปานกลาง
5. มีความรู้เข้าใจในการจัดบริหารองค์การ	3.51	.78	ปานกลาง
6. มีความรู้เข้าใจในการจัดทำโครงการท่องเที่ยวต่างๆ ไปและเชิงนันทนาการ	3.78	.78	มาก
7. มีความรู้เข้าใจในกิจการธุรกิจการบริการ	4.54	.81	มาก
8. มีความรู้เข้าใจในวิธีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการจัดการท่องเที่ยว	3.65	.78	ปานกลาง
9. มีความพยายามเพิ่มวิทยฐานะทางด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์และนันทนาการ	3.54	.76	ปานกลาง
10. มีความสนใจในหลักการวิจัย	2.89	.78	ปานกลาง
11. มีความสามารถในการแนะนำและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสถานที่ และวิธีการเดินทางท่องเที่ยว	4.10	.79	มาก
12. มีความสามารถในการเป็นผู้นำกิจกรรมนันทนาการเพื่อความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยว	3.31	.80	ปานกลาง
13. มีความรู้เข้าใจ และทักษะในการเป็นพิธีกรเพื่อการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก	4.11	.81	มาก
14. มีความสามารถในการควบคุมการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	3.90	.88	มาก
15. มีความรู้เข้าใจในลักษณะธรรมชาติ และประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว	4.20	.76	มาก
รวม	3.64	.79	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ในด้านวิชาชีพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = .79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 3 อันดับสูงสุดคือ อันดับ 1 ข้อ 8 มีความรู้เข้าใจในวิธีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการจัดการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = .78) อันดับ 2 ข้อ 15 มีความรู้เข้าใจในลักษณะธรรมชาติ และประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = .76) และอันดับ 3 ข้อ 13 มีความรู้เข้าใจ และทักษะในการเป็นพิธีกรเพื่อการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .81) นอกนั้นทุกข้อมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์โดยรวม และแยกแต่ละองค์ประกอบของคุณลักษณะ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. คุณลักษณะส่วนตัว			
1.1 ด้านบุคลิกภาพ	4.04	.75	มาก
1.2 ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.06	.90	มาก
1.3 ด้านเจตคติ	4.14	.81	มาก
รวม	4.08	.82	มาก
2. คุณลักษณะทางวิชาชีพ	3.64	.79	ปานกลาง
รวม	3.64	.79	ปานกลาง
รวมทั้งหมด	3.84	.80	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์โดยรวมทั้งด้านส่วนตัวและทางวิชาชีพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .80) และเมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบย่อย พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางคือ คุณลักษณะทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = .79) นอกนั้นมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบย่อย โดยมีความคาดหวังในระดับมาก อันดับสูงสุดคือ คุณลักษณะส่วนตัวด้านเจตคติ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .81) รองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .90) และด้านบุคลิกภาพ ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .75)

ตาราง 7 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตามตัวแปรขนาดของบริษัท (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง								ระดับ
	ขนาดของบริษัท								
	ใหญ่		กลาง		เล็ก		รวม		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านบุคลิกภาพ	4.10	.76	4.18	.74	4.16	.73	4.15	.75	มาก
2. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.31	.81	4.12	.84	4.20	.91	4.21	.85	มาก
3. ด้านเจตคติ	4.21	.81	4.14	.80	4.22	.80	4.19	.80	มาก
4. ด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์	3.51	.90	3.55	.74	3.56	.80	3.53	.81	ปานกลาง
รวมทุกด้าน	4.03	.82	4.00	.78	4.04	.82	4.02	.80	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ขนาดบริษัท คือ ขนาดใหญ่ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = .82) ขนาดกลาง ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = .78) ขนาดเล็ก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .82) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของคุณลักษณะ พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับ ปานกลางทุกขนาดของบริษัทคือ คุณลักษณะทางด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์ ขนาดใหญ่ ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = .90) ขนาดกลาง ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = .74) ขนาดเล็ก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .80) นอกนั้น ทุกกลุ่มทุกด้านมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตามตัวแปรลักษณะการประกอบการ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง						ระดับ
	ลักษณะการประกอบการ						
	จัดบริการ ในประเทศ		จัดบริการทั้งใน และต่างประเทศ		รวม		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านบุคลิกภาพ	4.17	.77	4.19	.79	4.18	.78	มาก
2. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.30	.72	4.38	.76	4.34	.74	มาก
3. ด้านเจตคติ	4.27	.80	4.24	.82	4.25	.81	มาก
4. ด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์	3.51	.75	3.51	.77	3.51	.76	ปานกลาง
รวมทุกด้าน	4.06	.76	4.15	.77	4.08	.77	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะโดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งสองลักษณะของการประกอบการ คือ จัดบริการภายในประเทศ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .76) จัดบริการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยจำแนกตามชนิดของลักษณะการประกอบการ พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์ ประกอบด้วย จัดบริการในประเทศ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .76) บริการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .77) ส่วนด้านอื่นๆ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตามตัวแปรระยะเวลาในการประกอบการ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง								ระดับ
	ระยะเวลาในการประกอบการ								
	น้อยกว่า 5 ปี		6 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป		รวม		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านบุคลิกภาพ	4.19	.77	4.16	.78	4.16	.80	4.17	.78	มาก
2. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.41	.78	4.20	.79	4.30	.74	4.30	.77	มาก
3. ด้านเจตคติ	4.24	.81	4.37	.80	4.25	.81	4.27	.80	มาก
4. ด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์	3.36	.78	3.60	.75	3.69	.80	3.50	.77	ปานกลาง
รวมทุกด้าน	4.05	.78	4.08	.78	4.10	.78	4.07	.78	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ช่วงระยะเวลาในการประกอบการ คือ น้อยกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = .78), 6 - 10 ปี ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .78) และ 11 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .78) เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้านของคุณลักษณะ พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = .77) แต่เมื่อพิจารณาโดยจำแนกแต่ละกลุ่มของระยะเวลาในการประกอบการ พบมีความคาดหวังในด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์อยู่ในระดับมากที่สุด กลุ่มระยะเวลา 11 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = .80) นอกนั้นทุกกลุ่มทุกด้านมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 10 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ทางส่วนตัวและทางวิชาชีพ จำแนกตามตัวแปรรายได้จากการประกอบการ (N = 388)

คุณลักษณะ	ความคาดหวัง								ระดับ
	รายได้จากการประกอบการ								
	น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี		1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี		มากกว่า 2,000,000 บาทต่อปี		รวม		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านบุคลิกภาพ	4.11	.80	4.13	.84	4.15	.91	4.13	.85	มาก
2. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.22	.76	4.24	.74	4.18	.74	4.21	.75	มาก
3. ด้านเจตคติ	4.21	.81	4.34	.80	4.26	.80	4.27	.80	มาก
4. ด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์	3.55	.88	3.58	.80	3.50	.80	3.54	.82	ปานกลาง
รวมทุกด้าน	4.02	.81	4.07	.80	4.02	.81	4.04	.80	มาก

จากตาราง 10 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 กลุ่มรายได้ คือ รายได้น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = .81), รายได้ 1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = .80) รายได้มากกว่า 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = .81) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของคุณลักษณะ พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม รายได้คือ คุณลักษณะด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์ อันประกอบด้วย รายได้น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = .88) รายได้ 1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = .80) และรายได้ต่อปีมากกว่า 2,000,000 บาท ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = .80) นอกนั้นทุกกลุ่มทุกด้านมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ จำแนกตามตัวแปร ลักษณะการประกอบการ ขนาดของบริษัท ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ โดยการหาค่าที (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ดังปรากฏในตาราง 11-15

ตารางที่ 11 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ จำแนกตามตัวแปร ลักษณะการประกอบการ (N = 388)

ตัวแปร	n	\bar{X}	S.D.	t	p
ลักษณะการประกอบการ					
การจัดบริการท่องเที่ยวเฉพาะในประเทศ	42	4.09	.74		
จัดบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ	346	4.10	.78	.27	.79

จากตาราง 11 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัทมีลักษณะการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ข้อ 2 ที่ว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัทมีลักษณะการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของ
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์
จำแนกตามตัวแปร ขนาดของบริษัท (N = 388)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ขนาดของบริษัท					
ระหว่างกลุ่ม	2	0.59	0.29		
				.050	0.60
ภายในกลุ่ม	385	25435	0.58		
รวม	387	254.93			

จากตาราง 12 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัท
มีขนาดของบริษัทต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ ไม่แตกต่างกัน
ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ข้อ 1 ที่ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
ที่บริษัทมีขนาดของบริษัทต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่าง
กัน

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของ
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์
จำแนกตามตัวแปร ระยะเวลาในการประกอบการ (N = 388)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระยะเวลาในการประกอบการ					
ระหว่างกลุ่ม	2	2.88	1.44		
				2.50	0.08
ภายในกลุ่ม	385	250.95	0.57		
รวม	387	253.83			

จากตาราง 13 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัท มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ข้อ 3 ที่ว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร ที่บริษัทมีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับ คุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ จำแนกตามตัวแปร รายได้จากการประกอบการต่อปี (N = 388)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
รายได้จากการประกอบการ					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.788	.368	3.845*	.001
ภายในกลุ่ม	385	35.415	.074		
รวม	387				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัท มีรายได้จากการประกอบการต่อปีต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ในข้อ 4 ที่ว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัทมีรายได้จากการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จึงนำไปทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของนิวแมนคูลส์ (Newman Keul Method) ดังปรากฏในตาราง 15

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจ
การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตามตัวแปรรายได้จากการประกอบการ
(N = 388)

รายได้จาก การประกอบการ	\bar{X}	น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี	1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี	มากกว่า 2,000,000 บาทต่อปี
		4.09	4.15	4.44
น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี	4.09	-	.01	.18*
1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี	4.15		-	.20*
มากกว่า 2,000,000 บาทต่อปี	4.44			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
ที่บริษัทมีรายได้จากการประกอบการต่างกันมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ประกอบการที่บริษัทมีรายได้
มากกว่า 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.44$) มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์
สูงกว่าผู้ประกอบการที่บริษัทมีรายได้ระหว่าง 1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.15$)
และมีรายได้น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.09$) ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความคิดเห็นโดยอิสระของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพิ่มเติม
ต่อจากตอนที่ 2 โดยมีผู้แสดงความคิดเห็นจำนวน 140 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 388 คน คิดเป็น
ร้อยละ 36.08 มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

คุณลักษณะส่วนตัวที่มีความคาดหวังมาก

1. เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง
2. มีจริยธรรมในการทำหน้าที่
3. มีความเป็นกันเองมาก
4. เห็นประโยชน์แก่ส่วนร่วมมากกว่าส่วนตน

5. มีความรักและจริงจังต่อการเป็นมัคคุเทศก์
6. ขยันอดทนต่อการแก้ปัญหา
7. สนใจในการบริการทุกโอกาส
8. มีความเสมอต้นเสมอปลายในการปฏิบัติตน

คุณลักษณะทางวิชาชีพที่มีความคาดหวังมาก

1. ขยันหมั่นเพียรในการเรียนรู้เกี่ยวกับการเป็นมัคคุเทศก์ที่ถูกต้อง
2. ศึกษาและเข้าใจในศาสตร์และศิลป์ของมัคคุเทศก์
3. มีความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพมัคคุเทศก์
4. มีความสามารถในการเป็นผู้นำ
5. มีทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร
6. สนใจในการเพิ่มวิทยฐานะให้ตนเอง
7. มีคุณวุฒิทางด้านมัคคุเทศก์และการท่องเที่ยว
8. มีกลยุทธ์และทักษะในการนำเสนอข้อมูลต่อนักท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัทมีขนาด ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 388 บริษัท โดยมีตัวแปรอิสระคือ ขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ และตัวแปรตามคือ คุณลักษณะของมัคคุเทศก์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ภายใต้การควบคุมดูแลของคณะกรรมการควบคุมปริญญาโท คือนางศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์ และคณะผู้เชี่ยวชาญที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งตามรายนามปรากฏในภาคผนวก มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวโดยทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) โดยถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริษัทในเรื่องขนาด ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการ และรายได้จากการประกอบการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณลักษณะทั้งส่วนตัวและด้านวิชาชีพมัคคุเทศก์ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นโดยอิสระ เกี่ยวกับความคาดหวังในคุณลักษณะของมัคคุเทศก์

ผู้วิจัยทำการหาคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามนี้ โดยหาความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามแบบของ ครอนบาค (Cronbach Methodology) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

(α -Coefficient) เท่ากับ 0.8915

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

1. การศึกษาสภาพทั่วไปของบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 บริษัท ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลาง (ร้อยละ 54.86) มีการประกอบการลักษณะจัดบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ร้อยละ 89.08) มีระยะเวลาในการประกอบการ 6-10 ปี (ร้อยละ 46.80) และมีรายได้จากการประกอบการต่อปี 1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี (ร้อยละ 69.94)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบดังนี้

ความคาดหวังของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .82) แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นองค์ประกอบย่อยของคุณลักษณะ พบมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวทุกด้าน คือ บุคลิกภาพ ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .75) มนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .90) และเจตคติ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .81) ส่วนคุณลักษณะทางวิชาชีพมัคคุเทศก์ มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = .81)

3. การวิเคราะห์การทดสอบสมมุติฐาน

จากการทดสอบสมมุติฐานของตัวแปรต่างๆ พบดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่บริษัทมีขนาด ลักษณะการประกอบการ และระยะเวลาในการประกอบการ ต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่บริษัทมีรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่บริษัทมีรายได้มากกว่า 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.44$) มีความคาดหวังสูงกว่าบริษัทที่มีรายได้ 1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.15$) และรายได้น้อยกว่า 1,000,000 บาทต่อปี ($\bar{X} = 4.09$) คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบประเด็นอภิปราย ดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทุกกลุ่มตัวแปรมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นความคาดหวังสูงสุดของเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบธุรกิจมองเห็นความสำคัญของมัคคุเทศก์เป็นอย่างยิ่ง ที่จะเป็ปัจจัยองค์ประกอบของการสร้างภาพลักษณ์อันดีงามของบริษัท และนอกจากนั้น เป็นเสมือนหนึ่งตัวแทนของบริษัท ของผู้ประกอบการอันเป็นดรรชนีบ่งชี้ผลกำไรในการประกอบการ และยังเป็นหน้าตา หรือเป็นประชาสัมพันธ์ด้านแรกของบริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยม ดังนั้น ในทุกๆ องค์ประกอบของคุณลักษณะที่หวังและต้องการ จึงอยากได้มัคคุเทศก์ที่เป็นคนดี คนเก่ง และคนมีคุณธรรมจริยธรรมอันดีงาม ดังนั้น จึงส่งผลให้ความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ปรากฏอยู่ในระดับมากโดยรวม แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นแต่ละคุณลักษณะ พบคุณลักษณะทางวิชาการมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = .79) ซึ่งเป็นเกณฑ์ปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ($\bar{X} = 3.67 - 5.00$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวอาจเล็งเห็นว่า ความสำคัญสูงสุดน่าจะเป็นคุณลักษณะที่สามารถมองเห็นได้ง่าย เช่น การมีบุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความรัก ศรัทธา และมุ่งมั่นเอาใจใส่ในการทำงาน จะแสดงพฤติกรรมให้ลูกค้า หรือผู้บริโภคมองเห็นได้ง่าย รวดเร็วกว่าการแสดงพฤติกรรมทางวิชาการ นอกจากนี้ คุณลักษณะส่วนตัวทุกด้าน จะสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจได้ง่าย สะดวกกว่าคุณลักษณะทางด้านวิชาชีพ ทั้งนี้สอดคล้องกับความคิดเห็นของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 139) ที่ว่า คนทุกคนมีความคาดหวังอยากได้ไม่มีที่สิ้นสุด และแสวงหาในความคาดหวังสูงเป็นสำคัญ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของ วัลลพ กลิ่นหอม (2540 : 29) ที่ว่า กิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะความสุขสบายจากการบันเทิง และบริการนั้นผู้บริโภคมุ่งหวังอยากได้สูงสุดทุกคน และปรารถนาอย่างยิ่งที่ผู้ทำหน้าที่ให้บริการจะต้องมีบุคลิกดี มนุษยสัมพันธ์ดี และมีความรับผิดชอบเอาใจใส่ในการทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และสอดคล้องกับ ไพฑูรย์ พงสะบุตร (2542 : 78) ที่กล่าวว่า มัคคุเทศก์ คือบุคคลที่เป็นตัวแทนของบริษัท ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคมุ่งหวังใคร่จะได้มาดูแลให้บริการอย่างประทับใจ โดยปรารถนาให้มัคคุเทศก์มีบุคลิกดี ความรู้ดี มนุษยสัมพันธ์ดี มีจิตวิญญาณของความเป็นมัคคุเทศก์ และมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญในวิชาชีพการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับการวิจัยของ เคอร์ทิส (Curtis, 1976 : 121) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บุคลิกภาพและคุณลักษณะของผู้นำกิจกรรมกลางแจ้ง พบว่า ผู้นำกิจกรรมจะต้องมีคุณลักษณะเด่น ดังนี้ 1. มีความสง่างามในด้านร่างกาย สมส่วน แข็งแรง 2. มีจิตใจ อารมณ์เบิกบานอยู่ตลอดเวลา 3. มีความอดทนเป็นพิเศษ 4. มีความเอื้ออาทรต่อทุกคน 5. มีความรู้ความสามารถ และทักษะในกิจกรรม และสอดคล้องกับการวิจัยของ บัญชา ชมกลิ่น (2547 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณลักษณะของผู้นำกิจกรรมนั้นหนาการศึกษาตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการันทนาการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยแยกธุรกิจเป็น 4 ประเภท คือ สโมสรสุขภาพ กอล์ฟ สวนสนุก และ การท่องเที่ยว พบทุกประเภทมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง

คุณลักษณะส่วนตัวและคุณลักษณะทางวิชาชีพ นอกนั้นยังสอดคล้องกับ ทองพูน จันทร์บูรณ์ (2547: บทคัดย่อ) ที่ได้วิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้นำนันทนาการตามทัศนะของสมาชิกศูนย์เยาวชน สังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะส่วนตัว และคุณลักษณะทางวิชาชีพ ทั้งรายด้านและโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเป็นไปตามแนวความคิดของ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 98) ที่ว่า การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากมีความจำเป็นในการจัดการที่ดี มีคุณภาพในองค์ประกอบรวมในส่วนต่างๆ ของกระบวนการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ยานพาหนะเดินทาง แล้วสิ่งสำคัญสูงสุดคือ เกี่ยวกับมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่การให้บริการ อยู่ใกล้ตัวผู้บริโภคมากที่สุด สามารถสร้างความพึงพอใจ และสร้างหรือทำลายภาพลักษณ์ของประเทศชาติได้ง่าย ฉะนั้น มัคคุเทศก์จะต้องเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติ และคุณลักษณะแห่งนักบริการเพื่ออารมณ์สุขที่เฉลียวฉลาด และมีวิสัยทัศน์สูง มีคุณลักษณะทั้งด้านส่วนตัวอันประกอบด้วย บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ และเจตคติ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เป็นที่พึงพอใจต่อลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง ขึ้นกับองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญอย่างมากคือ มัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพ ต้องมีคุณลักษณะต่างๆ ด้านอยู่ในระดับสูงสุด ทุกๆ องค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลิกภาพ หรือด้านวิชาการ เพราะมัคคุเทศก์คือผู้นำพาไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จเชิงธุรกิจ ทั้งนี้เพราะมัคคุเทศก์จะต้องทำหน้าที่บริการ ช่วยเหลือ ดูแล เอาใจใส่นักท่องเที่ยว ตั้งแต่เริ่มต้นเดินทางจนกลับถึงบ้านอย่างปลอดภัย และสุขสบาย อนึ่ง นักท่องเที่ยวที่มารับบริการจากบริษัทมักจะพูดและกล่าวขวัญกันอยู่เสมอเกี่ยวกับการบริการ และลักษณะนิสัย การปฏิบัติตนของมัคคุเทศก์ หลังจากไปท่องเที่ยวมาแล้ว ซึ่งเป็นภาพสะท้อนกลับให้เห็นปัญหา ให้เห็นโอกาสของการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป เมื่อพิจารณาในแง่สังคมจิตวิทยา จะเห็นว่าเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่มุ่งหวังอยากได้สิ่งที่ใฝ่ฝันที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นอันดับแรก เมื่อได้ซื้อบริการแล้วต้องการได้รับบริการอย่างพึงพอใจ เหมาะสมกับค่าราคาของการจัดจำหน่ายหรือไม่ ดังที่ กำโชค เผือกสุวรรณ (2544 : 48-49) กล่าวว่า กิจกรรมนันทนาการเชิงธุรกิจ เช่น การให้ความบันเทิง การท่องเที่ยว กีฬา กอล์ฟ เป็นต้น ผู้บริโภคทุกคนเมื่อตัดสินใจเลือกซื้อบริการแล้ว มุ่งหวังอย่างที่สุดคือ อารมณ์สุข สนุกสนาน เบิกบาน คลายเครียด อันเป็นปัจจัยแสดงถึงความพึงพอใจเป็นสำคัญ โดยที่บางครั้งจะไม่คำนึงถึงราคาค่าบริการจะสูงต่ำเพียงใด ยิ่งเป็นการท่องเที่ยวต่างประเทศ ยิ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการความอบอุ่นใจ ความปลอดภัย และสุขสบายในการเดินทาง เพราะนักท่องเที่ยวเหล่านี้ส่วนมากมีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่ในระดับดี มีการศึกษาอยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก มีกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์สูง มีกิตติภาพเชิงสังคมจิตวิทยาเป็นบรรทัดฐาน ฉะนั้น พฤติกรรมความคาดหวังจึงมุ่งหวังความสนุกสนาน สะดวก สบาย ราบรื่น รวดเร็ว สุขใจ มากกว่าสุขภาพ เรียกร้องการบริการที่มีคุณภาพ จึงมองไปที่มัคคุเทศก์เป็นสำคัญที่สุด

2. จากผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ตามตัวแปร ขนาดของบริษัท ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาในการประกอบการแล้ว พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยตัวแปรดังกล่าวไม่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดในเรื่องคุณลักษณะของมัลคคเทศก์ที่ตนเองคาดหวังได้เลย เพราะทุกคนที่เป็นผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจต่างก็มุ่งหวังผลลัพธ์ในการประกอบการเชิงบวกทั้งสิ้น กล่าวคือ ต้องการได้รับผลกำไรทั้งทางธุรกิจ และเชิงจิตวิทยาสังคม ต้องการต่อลูกค้า ต้องการให้สังคมชื่นชม กล่าวขวัญในทางดีงามทั้งสิ้น และเมื่อพิจารณาในคุณสมบัติของประกอบของตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรดังกล่าวแล้ว ล้วนแต่เป็นเรื่องระบบของการบริหารจัดการเป็นส่วนใหญ่ ที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการมีมัลคคเทศก์ที่ดี มีคุณภาพสูงทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นบริษัทใหญ่หรือเล็ก ก็ต้องการมีมัลคคเทศก์ดี ๆ มีคุณภาพ จะเป็นบริการการท่องเที่ยวแบบใด คือบริการท่องเที่ยวต่างประเทศ หรือในประเทศ เจ้าของผู้ประกอบการต้องการได้รับคำชมและนิยมชมชอบจากผู้บริโภคทั้งสิ้น ดังนั้นจึงต้องมีบุคลากรของบริษัทที่ทำหน้าที่ดูแลให้บริการดังเช่นมัลคคเทศก์ที่ดี มีคุณภาพในทุกลักษณะของการบริการทั้งสิ้น และเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเวลาในการประกอบการ จะกี่วัน กี่เดือน กี่ปี ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวทุกคนก็หวังความสำเร็จ กำไร และพึงพอใจมากเช่นเดียวกันทั้งสิ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 118) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมสังคมในองค์กรที่เป็นเชิงบวก เช่น ความพึงพอใจ ความเข้าใจดีต่อกัน ระหว่างบุคคลความสุขสบายร่วมกัน จะมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกกับการมีคนกลางที่เป็นผู้ประสานจัดการนำพาไปสู่เป้าหมายที่มีคุณลักษณะดี มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพในการเป็นผู้นำองค์กรนั้นๆ ให้เกิดการขับเคลื่อน (Dynamic) ดังนั้น การบริหารจัดการเทคนิคการประกอบการ และเวลาในการประกอบการ ซึ่งเป็นปัจจัยการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายเท่านั้น แต่ความมุ่งมั่นเกินกว่าการบรรลุเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว คือ การมีมัลคคเทศก์ที่ดี มีคุณภาพ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของบริษัทให้มากที่สุด จึงเป็นความคาดหวังอันสูงสุดเหมือนกันทุกคน ไม่ว่าจะคนนั้นจะเป็นเจ้าของผู้ประกอบการแบบใด ชนิดใด ต่างก็ต้องการกำไรทางเศรษฐกิจ และทางสังคม จิตวิทยาเหมือนกันทุกคน

แต่เมื่อพิจารณาตัวแปรรายได้จากการประกอบการ จะพบว่า มีความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า มีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัลคคเทศก์อยู่ในระดับมากกว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า ในทุกๆ กลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผลกำไรเป็นปัจจัยองค์ประกอบของการประกอบการที่สำคัญในการทำธุรกิจทุกชนิด และมุ่งหวังว่ามัลคคเทศก์เป็นสิ่งบ่งชี้ตรรกะนี้กำไร-ขาดทุนให้กับบริษัทได้อย่างแม่นยำตรง (Validity) ผู้ประกอบธุรกิจจึงมีความคาดหวังมากและอาจจะไม่มากเท่ากันได้ เพราะปัจจัยรายได้ที่ได้รับไม่เท่ากัน โดยเชื่อว่ามัลคคเทศก์ที่ดี มีคุณภาพ จะเป็นองค์ประกอบในการบริหารกิจการท่องเที่ยวให้เกิดผลกำไรสูงได้ ทั้งนี้เป็นไปตามแนวความคิดของ สุภัทรดิศ ดิศกุล (2525 : 19) ได้กล่าวว่า การดำเนินการเรื่อง

ธุรกิจการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จงดงาม เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภครวม และมีผลกำไรในการประกอบการสูงนั้น ขึ้นอยู่กับผลการทำงานของมัคคุเทศก์เป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการผู้บริหารการท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้ เข้าใจในลักษณะธรรมชาติของการเป็นมัคคุเทศก์ ต้องพัฒนาบุคลากรมัคคุเทศก์ให้ทันสมัย และมีประสิทธิภาพในการทำงาน มีคุณลักษณะส่วนตัวดี โดยเฉพาะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ต้องอยู่ในระดับดีถึงดีมากที่สุด และมีความรักและศรัทธาในอาชีพมัคคุเทศก์อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นมัคคุเทศก์อิสระ หรือมัคคุเทศก์ประจำบริษัทก็ตาม และสอดคล้องกับ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 46) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้ประเทศชาติมากมาย ทั้งนี้ มัคคุเทศก์เป็นส่วนประกอบอันสำคัญยิ่งของอุตสาหกรรมในอันที่จะนำนักท่องเที่ยวให้ได้เห็นได้รู้ ได้เข้าใจ พอใจ ตอบสนองความต้องการที่ขาดอยู่ โดยมุ่งหวังจากมัคคุเทศก์ ดังนั้น มัคคุเทศก์ที่ดี มีคุณภาพ ย่อมเป็นสิ่งจูงใจให้มีปริมาณลูกค้าผู้บริโภครวมเป็นธรรมดา ฉะนั้น ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่มีกำไรมาก อันหมายถึงมีรายได้สูง ขึ้นอยู่กับปัจจัยมัคคุเทศก์เป็นสำคัญ จึงเป็นผลให้ความคาดหวังต่างกัน ได้ เมื่อพิจารณารายได้ที่ได้รับ โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีกำไรสูงย่อมมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์สูงเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการดูแล ควบคุมมาตรฐานของการผลิตบุคลากรมัคคุเทศก์ ทุกหน่วยงาน นำข้อมูลไปพิจารณาเพื่อการพัฒนามัคคุเทศก์โดยตรง ด้วยการจัดพัฒนาให้มีคุณภาพสูงขึ้น โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจ และฝึกทักษะปฏิบัติให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากการศึกษาดูงาน ฝึกอบรม โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้ เน้นการบริการเป็นเลิศ และให้ตระหนักในความเป็นมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักวิชาการมัคคุเทศก์มากยิ่งขึ้น ทำการให้ความรู้ทางวิชาการอย่างจริงจัง มีกระบวนการเรียนการสอน ประเมินผล และให้วุฒิบัตรรับรองมาตรฐานด้านคุณลักษณะทางวิชาชีพด้วย จะทำให้มัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพ อันเป็นภาพลักษณ์ที่สง่างามของประเทศไทยต่อไป
2. ควรประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบการจดทะเบียนมัคคุเทศก์ กับสถาบันการศึกษาที่ผลิตมัคคุเทศก์ และบัณฑิตด้านการท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปพิจารณา สร้างมาตรฐานการพัฒนามัคคุเทศก์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะเรื่องคุณลักษณะของมัคคุเทศก์
3. สถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทุกแห่ง ควรตระหนักในการพิจารณาเลือกมัคคุเทศก์มาทำงานอย่างเป็นระบบของวิชาการมัคคุเทศก์ และช่วยกันส่งเสริม พัฒนาด้านคุณลักษณะทางวิชาชีพให้มากขึ้น

4. เก็บข้อมูลไว้เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยในอนาคตต่อไป

5. จากผลการวิจัย พบความคาดหวังทุกด้านอยู่ในระดับมาก ควรต้องหมั่นดูแล รักษาไว้ให้มั่นคงด้วยการกระตุ้นให้ฝึกฝนตนเองอยู่เสมอ สำหรับ ความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ควรที่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ทั้งหลายร่วมมือกันส่งเสริมพัฒนาให้มัคคุเทศก์สนใจ และพัฒนาคุณลักษณะวิชาชีพอย่างจริงจัง จนได้มาตรฐานสากล และเป็นไปตามคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ เจ้าของธุรกิจการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยโอกาสต่อๆ ไป ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะให้ศึกษาในหัวข้ออื่นๆ ดังนี้

1. คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยว
2. คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
3. ศึกษาปัจจัยอิทธิพลที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการมัคคุเทศก์ และการท่องเที่ยว
4. ควรศึกษาปัจจัยตัวแปรอื่นๆ เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม
5. ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). *คู่มือปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬาสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). *แผนการท่องเที่ยวปี 2547-2548*. กรุงเทพฯ : สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, อัดสำเนา.
- _____. (2536, มีนาคม). “บทความพิเศษ”, *ECOTOURISM NETWORK*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- กำโชค ผ่องสุวรรณ. (2538). *ผู้นำสหนาการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เกษมศรี.
- _____. (2544). *ธุรกิจนันทนาการ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินท์ยูการพิมพ์. ถ่ายเอกสาร.
- จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์. (2542). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถาบันชานูบาลในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). *จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุลสารการท่องเที่ยว. (2546). *แผนการท่องเที่ยวปี 2547*. กรุงเทพฯ : ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภาค 1, อัดสำเนา.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชวนพิศ ต้นสกุลพร. (2547). *คุณลักษณะของผู้จัดการสนามกอล์ฟตามความต้องการของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟกองทัพไทยในกรุงเทพมหานคร*. ปรินท์ยูการพิมพ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- ชาติรี สงวนรักษ์. (2535). *การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : พัฒนาสารการพิมพ์.
- ไชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2525). *มัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อรุณรัตน์.
- ชิดจันทร์ หังสสุต. (2532). *หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ชวลีพร ไกรเวียง. (2531). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2543). *การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดำรง สาธิต. (2543). *ธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญศรี.
- เต็มสิริ บุญยสิงห์. (2530). "การพัฒนาบุคลิกภาพ," *รายงานการฝึกอบรมอาจารย์ใหญ่ของสถาบัน*. กรุงเทพฯ : ถ่ายเอกสาร.
- เถกิง สวาสดิพันธ์. (2525). "หน้าที่และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์," *มัคคุเทศก์กับการนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิมพ์เนศ.
- ทองพูน จันทบุรณ์. (2547). *คุณลักษณะของผู้นำนันทนาการตามทัศนะของสมาชิกศูนย์เยาวชน สังกัดกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์. (2525). "ศิลปการพูดสำหรับมัคคุเทศก์," *มัคคุเทศก์กับการนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิมพ์เนศ.
- ทิพวรรณ อุดมสุวรรณณ์. (2538). *ทัศนคติของข้าราชการและประชาชนที่มีต่อการแต่งตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดหญิง : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอเมืองนครนายก*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เทพพนม เมืองแมน. (2529). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2532). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทำปกเจริญผล.
- บุญรับ ศักดิ์มณี. (2532). *การเสริมสร้างจิตลักษณะเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุปผา คุมมานนท์. (2528). *หลักการมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ : หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.

- บัญชา ชมกลิ่น. (2546). *คุณลักษณะของผู้นำนันทนาการตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจนันทนาการ*. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประสพพร พุ่มพวง. (2545). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญญา ลักษิตานนท์. (2536). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัทเจ็ดสันเพรส โปรดักส์ จำกัด.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พะยอม วงศ์สารศรี. (2539). *การบริหารบุคคล*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- พูนทรัพย์ นพวงศ์ ณ อยุธยา. (2536). *คำบรรยายวิชาคุณธรรมบุคคลในอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ : ถ่ายเอกสาร.
- ไพฑูริย์ พงศะบุตร. (2542). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- เรืองยศ วัชรเกตุ. (2526). *คุณลักษณะและทักษะพื้นฐานของบุคลากรในวิชาชีพนันทนาการ*. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. (2542). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- วัลลพ กลิ่นหอม. (2540). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สามมิตร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2544). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549)*. เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (2538, มกราคม). "การเรียนการสอนทางอาชีวศึกษาในยุคโลกาภิวัตน์," *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*. 7(13) : 12 – 18.
- สมควร โพธิ์ทอง. (2542). *การนำเกม*. (เอกสารประกอบการสอน). กรุงเทพฯ : ภาควิชาสันนทนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2543). *การบริหารบุคคลยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สมยศ นาวิการ. (2530). *การบริหารธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ตะวันออก.
- สุภัทรดิศ ดิสกุล. (2525). *คู่มือมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ : บรรณกิจการพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- อัญชณา พันธุ์อรุณ. (2546). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของมัคคุเทศก์ที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร. *ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ)*. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- Back, W.R. (1987, August). "Pupils Perceptions of Teacher Merit a Factor Analysis of Life Postulated Dimensions," *The Journal of Education Research*. 61(2) : 245 – A.
- Brady, S.M. (1988, July). "Academic Advising : A Study of Faculty Goals and Students Needs," *Dissertation Abstracts International*. 39 (15) : 145 – A.
- Chubb, M and H.R. Chubb. (1976). *An Introduction to Recreation Behaviors and Resources*. New York : John Wiley.
- Cronbach, Lee J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3 rd ed. New York : Harper & Raw.
- Crossley Jamieson P. (1996). *Human Relationship Industry People at Work*. New Jersey : Prentice Hall Inc .
- Curtis Frank. (1976, February). "Personal and Characteristics of the Outdoor Recreation Leaders," *The American Journal of Personnel Management*. 69(2) : 226 – 229.
- Dauer, Delise. (1999, May). "Reaction of a Sample of Student Personal Workers to Academic Advising," *A Sub Report, office of Institutional Research*. 18(7) : 39 – 65.
- Guyton, Theodore. (1969, November). "The Identification of Executive Potential W," *Personnel Journal*. 33(11) : 365 – 369.
- Heald and Moore. (1968). "Characteristic of Instructors in Institutes," *The American Journal of Education Management*. 18(8) : 214 – 218.
- John Barriger. (1970). "Characteristic of Physical Education Teacher as Apected," *The American Journal of Education Management*. 26(2) : 241 – 244.
- Kelly. (1995). *Outdoor Recreation Management*. 3 rd ed. New York : Harper & Raw.

Krejcie, Robert V. and Morgan Daryle W. (1970, September). "Determining Sample Size for Research Activities," *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 607 – 610.

Likert, Rensis and Jane Likert. (1976). *New Ways of Managing Conflict*. McGraw-Hill.

Ranny, L. Rod. (1980). *The Study of the Park Leaders Behavior in New Jersey State*. New Jersey : Charles B. Slack Inc.

Wikes, V.P. (1981, June). "Characteristics of Leaders and Club Executive in Florida," *The American Journal of Personnel Management*. 17(2) : 141 – 155.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ	นางสุภารัตน์ วรทอง
ตำแหน่ง	รองศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ชื่อ	นางกนกวดี ฟิงโพธิ์ทอง
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ชื่อ	นายจุมพล ลัมภาพิวัฒน์
ตำแหน่ง	อาจารย์
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ชื่อ	ดร. ชาญวิทย์ เทียมบุญประเสริฐ
ตำแหน่ง	รองศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ชื่อ	ดร. สมบัติ กาญจนกิจ
ตำแหน่ง	ศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ตามความคาดหวังของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการวิจัยเพื่อทำปริญญาโทประกอบการศึกษา ระดับ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยใคร่ขอ
ความร่วมมือจากท่านผู้ตอบได้กรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

คำแนะนำ ในการตอบแบบสอบถามแต่ละตอน กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่
ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด อนึ่งสำหรับขนาดของบริษัทมีคำอธิบายดังนี้

1. บริษัท ขนาดใหญ่สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงปริมาณและคุณภาพ
อยู่ในระดับมาก มีองค์ประกอบการบริหารจัดการครบหรือใกล้เคียงทุกองค์ประกอบ คือ
มีองค์ประกอบด้านสำนักงานสมบูรณ์ บุคลากรผู้ดำเนินการด้านสำนักงานสมบูรณ์ บุคลากร
ผู้ดำเนินการด้านธุรการ การตลาด ประจำสำนักงานเต็มองค์ประกอบ จัดบริการการท่องเที่ยว
ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ทั่วโลก เต็มรูปแบบของการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. บริษัทขนาดกลาง สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ และคุณภาพ
อยู่ในระดับปานกลาง มีองค์ประกอบการบริหารจัดการอาจไม่ครบทุกองค์ประกอบ มีการบริหาร
ไม่กว้างขวางมากนัก จัดบริการการท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศได้โดยทั่วไป
ไม่ทั่วโลก อาจจัดบริการไม่เต็มองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. บริษัทขนาดเล็ก สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ และคุณภาพ
อยู่ในระดับน้อย มีองค์ประกอบการบริหารจัดการน้อย บริการในวงแคบ อาจจัดบริการเฉพาะ
ภายในประเทศ หรือทั้งในประเทศ และต่างประเทศน้อยๆ ใกล้เคียง ประเทศไทย จัดบริการ
เฉพาะด้านหรือไม่เต็มองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่ท่านเลือกเพียงช่องเดียวแต่ละข้อ

1. ขนาดของบริษัท

- ขนาดใหญ่ ขนาดปานกลาง
 ขนาดเล็ก

2. ลักษณะการประกอบการ

- จัดบริการท่องเที่ยวเฉพาะภายในประเทศ
 จัดบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. ระยะเวลาในการประกอบการ

- น้อยกว่า 5 ปี 5 - 10 ปี
 11 ปีขึ้นไป

4. รายได้จากการประกอบการต่อปี

- น้อยกว่า 1,000,000 บาท 1,000,001 - 2,000,000 บาท
 มากกว่า 2,000,000 บาท

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์

คำถาม ท่านมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ระดับใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านพิจารณาตามความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

ข้อ	คุณลักษณะ	ระดับความคาดหวัง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	คุณลักษณะส่วนตัว (ด้านบุคลิกภาพ)					
1.	มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง					
2.	มีอารมณ์ร่าเริงเบิกบาน					
3.	แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย					
4.	มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์					

ข้อ	คุณลักษณะ	ระดับความคาดหวัง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.	มีปฏิภาณไหวพริบดี					
6.	มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน					
7.	มีความกระฉับกระเฉงว่องไวในการปฏิบัติหน้าที่					
8.	มีความซื่อสัตย์สุจริต					
9.	มีความตั้งใจมุ่งมั่นในการทำงาน					
10.	มีความอดุสาหะ ขยันและอดทนในการทำงาน					
	คุณลักษณะส่วนตัว (ด้านมนุษยสัมพันธ์)					
11.	มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น					
12.	มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้อื่น					
13.	มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์					
14.	มีน้ำใจเป็นนักกีฬา					
15.	เป็นผู้พูดและผู้ฟังที่ดี					
16.	ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น					
17.	มีความจริงใจต่อการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น					
18.	รู้จักให้อภัย และให้โอกาสต่อเพื่อนร่วมงาน					
	คุณลักษณะส่วนตัว (ด้านเจตคติ)					
19.	มีความพึงพอใจในหน้าที่การงาน					
20.	มีความรักและศรัทธาต่ออาชีพมัคคุเทศก์					
21.	มีความจงรักภักดีต่อองค์กร					
22.	มีความตั้งใจในการสร้างภาพพจน์อันดีงามแก่องค์กร					
23.	มีความยุติธรรม					
24.	อุทิศเวลาให้กับงานมัคคุเทศก์อย่างเต็มที่					
25.	มีความเมตตากรุณาต่อผู้อื่น					
		ระดับความคาดหวัง				

ข้อ	คุณลักษณะ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
26.	เห็นคุณค่าของงานทุกประเภท					
	คุณลักษณะด้านวิชาชีพ					
27.	มีวุฒิการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี					
28.	มีความรู้พื้นฐานการพูด อ่าน เขียน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้อย่างดี					
29.	มีความรู้เข้าใจในหลักวิชาการนั้นหนา การกลางแจ้ง					
30.	มีความรู้เข้าใจในวิชาจิตวิทยาทั่วๆ ไป					
31.	มีความรู้เข้าใจในการจัดบริหารองค์การ					
32.	มีความรู้เข้าใจในการจัดทำโครงการท่องเที่ยวทั่วๆ ไปและเชิงนันทนาการ					
33.	มีความรู้เข้าใจในกิจการธุรกิจบริการ					
34.	มีความรู้เข้าใจในวิธีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการจัดการท่องเที่ยว					
35.	มีความพยายามเพิ่มวิทยฐานะทางด้านวิชาชีพ มัคคุเทศก์และนันทนาการ					
36.	มีความสนใจในหลักการวิจัย					
37.	มีความสามารถในการแนะนำและถ่ายทอด ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ และวิธีการเดินทางท่องเที่ยว					
38.	มีความสามารถในการเป็นผู้นำกิจกรรม นันทนาการเพื่อความบันเทิงให้แก่ นักท่องเที่ยว					
39.	มีความรู้เข้าใจ และทักษะในการเป็นพิธีกรเพื่อ การท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก					
40.	มีความสามารถในการควบคุมการจัดกิจกรรม นันทนาการเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว					
41.	มีความรู้เข้าใจในลักษณะธรรมชาติ และประวัติ ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 โปรดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมโดยอิสระ

1. คุณลักษณะส่วนตัวของมัคคุเทศก์

.....
.....
.....

2. คุณลักษณะทางวิชาชีพของมัคคุเทศก์

.....
.....
.....

3. อื่นๆ ที่เห็นสมควร ซึ่งมัคคุเทศก์ควรต้องปฏิบัติและเรียนรู้

.....
.....
.....

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสมติษดี พิศาลก่อสกุล
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 23 พฤษภาคม 2507
สถานที่เกิด	บ้านเลขที่ 399/60 ซอยทองหล่อ สุขุมวิท 55 เอกมัย เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 53/14 อินทรามระ 1 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
สถานที่ทำงาน	ผู้จัดการร้านอาหารฤทธิ์เดชดี 327 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย สะพานควาย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี พาณิชยการมีนบุรี
พ.ศ. 2546	บธ.บ. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2549	วท.ม. (การจัดการนันทนาการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ