

**A Study of Thai Tourists' Needs for Tour Guides at
Tourist Attractions in Ubon Ratchathani**



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in General Management
Graduate School, Ubon Ratchathani Rajabhat University**

2005

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาความต้องการมัลลเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย

นายปวิวรรต สมนึก

สาขา

การจัดการทั่วไป

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.ชมพูนุท โมราชาติ

กรรมการที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญทวารณ วิงวอน

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ทองใบ สูดชาวี)
..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ชมพูนุท โมราชาติ)
..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญทวารณ วิงวอน)
..... กรรมการ
(นางธนพร พูลเพิ่ม)

คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษาประจำสาขา ได้ตรวจและรับรองว่าวิทยานิพนธ์
เล่มนี้เป็นไปตามมาตรฐานของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ทองใบ สูดชาวี)
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ประจำสาขาการจัดการทั่วไป

วันที่ 12 เดือน ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๘

.....
(รองศาสตราจารย์พิชัย เสงี่ยมจิตต์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่ 12 เดือน ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๘

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี, 205 หน้า.
ISBN 974-9705-83-1, พ.ศ.2548.

ผู้วิจัย

นายปวีรบรรต สมนึก

สาขา

การจัดการทั่วไป

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.ชมพูนุท โมราชาดิ

กรรมการที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญทวรรณ วิงวอน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมากับมัคคุเทศก์นำเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ในระหว่างวันที่ 3-16 มีนาคม พ.ศ.2548 จำนวน 214 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ แต่ในการเก็บข้อมูลภาคสนามใช้เทคนิคแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F

ผลการวิจัย พบว่า

1. ความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ส่วนความต้องการในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย 4.16)
2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมมีปัญหาการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.42) ส่วนปัญหาในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย 2.50) ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย 2.43) และด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย 2.32)

4. นักท่องเที่ยงที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยงที่มีอายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



ABSTRACT

The Title	A Study of Thai Tourists' Needs for Tour Guides at Tourist Attractions in Ubon Ratchathani, 205 pp. ISBN 974-9705-83-1, 2005.
The Author	Mr. Pariwat Somnuek
Program	General Management
Chairman, Adviser	Dr. Chompunoot Morachat
Thesis Adviser	Asst. Prof. Boontawan Wingwon

The purposes of this research were to study the needs for tour guides of Thai tourists at Ubon Ratchathani tourist attractions and to investigate the perception of Thai tourists on problems related to the tour guides in Ubon Ratchathani.

The sample group consisted of 214 Thai tourists who traveled with their tour guides to Ubon Ratchathani tourist attractions during the period of 3-16 March, 2005. The stratified random sampling technique was applied to obtain the sample group for the study. However, an accidental technique was employed in the actual data collecting. The instrument used in this study was five-level Likert scale and open-ended questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and ANOVA.

The research findings were as follows :

1. The overall needs for tour guides of the Thai tourists were found at a high level (mean = 4.25). The mean scores for the needs in certain characteristics of the tour guides were in the order from high to low as follows : the qualifications with the mean of 4.34, the ability of the tour guides with the mean of 4.23 and the knowledge aspect with the mean of 4.16.

2. The needs for tour guides among Thai tourists with different age ranges and sexes was not significantly different. However, there was significant difference at level .01 in the need of those whose occupations, places of residence, educational levels, and income.

3. The overall perception of Thai tourists on problems concerning the tour guides in Ubon Ratchathani was found at a low level (mean = 2.42). The mean scores for the problems in certain characteristics of the tour guides were in the order from high to low as follows: the lack of knowledge with the mean of 2.50, the lack of abilities with the mean of 2.43, and the lack of qualifications with the mean of 2.32.

4. No significant difference in perception on the problems related to tour guides was found between males and females. However, tourists, whose ages, occupations, places of origin, educational levels and income were significantly different on perceptions at the level of .01.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายแห่งซึ่งไม่อาจนำมากล่าวได้ทั้งหมด ผู้มีพระคุณท่านแรกและผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างยิ่งคือ อาจารย์ ดร.ชมพูนุท โมราชาคี ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลืออย่างดี โดยได้เอาใจใส่ตรวจแก้วิทยานิพนธ์เพื่อให้สมบูรณ์ที่สุด และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา ท่านที่สองคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญชววรรณ วิงวอน กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือด้านวิจัย และให้คำปรึกษาแนะนำแง่คิดต่างๆ จากประสบการณ์ในการทำงานของท่าน นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ทองใบ สุธาชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศิริ โชติพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นลินี ทองประเสริฐ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยนิจญ์ โชติวนิช ที่กรุณาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปรับปรุงเครื่องมือในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

อนึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยาวไทยทุกท่าน ที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมงานทุกคนที่ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ บิศา มารดา ที่ให้ชีวิต จิตใจ ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจในทุกๆ เรื่อง ด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณ คุณปริชาติ สมนึก ภรรยาของผู้วิจัย ซึ่งเป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศเพื่อบุชาพระคุณ บิศา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณ ที่ให้ความปรารถนาดีต่อผู้วิจัยตลอดมา

ปวีรรต สมนึก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ.....	ค
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
ข้อตกลงเบื้องต้น	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	14
ความหมายของการท่องเที่ยว	14
ความหมายของนักท่องเที่ยว	15
รูปแบบของการท่องเที่ยว.....	16
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	21
รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	23
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	25

บทที่

หน้า

ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	29
ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	29
ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	30
แหล่งท่องเที่ยว.....	35
ทฤษฎีความต้องการ	38
ความหมายและความสำคัญของความต้องการ	38
ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ	40
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	46
ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ.....	46
การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว.....	49
การให้บริการของมัคคุเทศก์	50
แนวคิดและหลักการมัคคุเทศก์.....	51
ความหมายและความสำคัญของมัคคุเทศก์.....	51
ความเป็นมาของมัคคุเทศก์.....	53
คุณสมบัติและความสามารถของมัคคุเทศก์.....	55
บทบาทและหน้าที่ของมัคคุเทศก์.....	61
จรรยาบรรณของมัคคุเทศก์	66
ประเภทของมัคคุเทศก์	67
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	69
งานวิจัยในประเทศ	69
งานวิจัยต่างประเทศ	78
สมมุติฐานการวิจัย.....	84
3 วิธีดำเนินการวิจัย	85
ประชากร.....	85
กลุ่มตัวอย่าง	86
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	87
การเก็บรวบรวมข้อมูล	90
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	91
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ที่ใช้ในการวิจัยภาคสนาม.....	87
3.2 สัดส่วนของข้อคำถามในแบบสอบถาม.....	88
3.3 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	90
4.1 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้.....	95
4.2 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องของกลุ่มตัวอย่าง	97
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมีคฤหัสถ์ของนักท่องเที่ย ในด้านความรู้ของมีคฤหัสถ์.....	103
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมีคฤหัสถ์ของนักท่องเที่ย ในด้านความสามารถของมีคฤหัสถ์.....	104
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมีคฤหัสถ์ของนักท่องเที่ย ในด้านคุณสมบัติของมีคฤหัสถ์.....	105
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมีคฤหัสถ์ของนักท่องเที่ย ในภาพรวม.....	106
4.7 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมีคฤหัสถ์โดยการทดสอบค่า t จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ย.....	107
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมีคฤหัสถ์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ย.....	108
4.9 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมีคฤหัสถ์โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ย.....	109
4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมีคฤหัสถ์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ย.....	110
4.11 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมีคฤหัสถ์โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ย.....	111
4.12 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความรู้ของมีคฤหัสถ์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ย.....	112

ตารางที่	หน้า
4.13 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	113
4.14 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	114
4.15 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	115
4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	116
4.17 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัคคุเทศก์โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	117
4.18 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	118
4.19 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	119
4.20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	120
4.21 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัคคุเทศก์โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	121
4.22 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	122
4.23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	122
4.24 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	123
4.25 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	123
4.26 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	124

ตารางที่	หน้า
4.27 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัคคุเทศก์โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	125
4.28 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	126
4.29 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	127
4.30 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	128
4.31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	129
4.32 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหา การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์.....	130
4.33 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหา การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์.....	131
4.34 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหา การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์.....	132
4.35 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหา การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในภาพรวมของปัญหาการนำเที่ยว.....	133
4.36 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า t จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว.....	134
4.37 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	135
4.38 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	136
4.39 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	137
4.40 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	137

ตารางที่	หน้า
4.41 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว	138
4.42 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว	138
4.43 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	139
4.44 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	140
4.45 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	141
4.46 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	142
4.47 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	143
4.48 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	144
4.49 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	145
4.50 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	146
4.51 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	147
4.52 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	148
4.53 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	149
4.54 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว.....	150

ตารางที่	หน้า
4.55 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	151
4.56 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	152
4.57 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว	153
4.58 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว	153
4.59 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว	154
4.60 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว	154
4.61 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	155
4.62 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	156
4.63 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว	157
4.64 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว	158
4.65 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว	159
4.66 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว	160

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2.1 ตัวแบบ TCL	33
2.2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ	47
2.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ	48
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	83



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้เป็นที่ประจักษ์ชัดว่า การท่องเที่ยวเป็นที่มาของรายได้ที่สำคัญของประเทศ และยังช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกหลายธุรกิจ อาทิ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ฯลฯ ทั้งยังเกิดเป็นอาชีพ มีการจ้างงาน สร้างรายได้ขึ้นมามากมาย ล้วนแต่เป็นผลพวงจากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยและภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ประสบปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ และได้ส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจทั่วโลกเป็นอย่างมาก รวมทั้งธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย ก็หนีไม่พ้นที่จะได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจเช่นกัน ทำให้ธุรกิจด้านการเงินต้องปิดตัว ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์หยุดชะงัก แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้เป็นอย่างมาก ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น นอกจากจะนำเงินตราเข้าประเทศแล้ว ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาสังคม ช่วยให้คนในชาติส่วนใหญ่พ้นจากความยากจนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น และยังคงรักษาสมดุลทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545 : 5-8)

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญๆ หลายองค์ประกอบด้วยกันที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ เช่น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ชุมชน การขนส่ง ที่พักแรม เป็นต้น สิ่งหนึ่งที่สำคัญค่อนข้างมากกับความสำเร็จของการท่องเที่ยวนั้นก็คือ มัคคุเทศก์ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวประเภทใด มัคคุเทศก์มักจะเข้าไปมีบทบาทด้วยเสมอ เพราะมัคคุเทศก์คือผู้นำทาง นำเที่ยว ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงจัดว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่เป็นตัวบุคคลในการมีส่วนช่วยให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพ มีจรรยาบรรณเท่านั้นที่จะช่วยเสริมสร้างความประทับใจดังกล่าวได้

มัคคุเทศก์เป็นผู้ที่มีความสำคัญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าบุคลากรอื่นๆ เนื่องจากเป็นผู้ที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนชี้แนะอธิบายสิ่งต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวทราบ ตามธรรมเนียมค่านักท่องเที่ยวย่อมเป็นคนแปลกหน้าในท้องถิ่น ไม่คุ้นเคยกับสถานที่และผู้คน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ หากนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ตามลำพังโดยไม่มีมัคคุเทศก์คอยช่วยเหลือย่อมเกิดความยากลำบาก หรือได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่คุ้มกับเวลาและเงินทองที่เสียไป ฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องการมัคคุเทศก์เป็นผู้นำทางให้ ยิ่งเป็นการเดินทางที่ต่างถิ่นมากเท่าใด ความจำเป็นในการต้องการมัคคุเทศก์ก็จะยิ่งมากขึ้น (สุภาพร มากแจ้ง 2544 : 53)

สภาพปัจจุบันของมัคคุเทศก์พบว่า มีทั้งมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ จากปัญหาที่เกิดขึ้นต่างๆ ไป มักจะได้ยินได้ฟังจากนักท่องเที่ยวบ้าง จากผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจนำเที่ยวบ้าง ถึงปัญหาที่เกิดจากมัคคุเทศก์ ไม่ว่าจะเป็นการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว คำคำใดเกินควรกับนักท่องเที่ยว หรือไม่ดูแลนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุ ซึ่งจากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า มัคคุเทศก์บางกลุ่มบางคนต้องทำงานในเวลาากลางคืน และมีทัวร์กลางคืนบ้าง เพื่อช่วยบริษัทนำเที่ยวหารายได้โดยบีบบังคับนักท่องเที่ยวให้ไปซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ติดต่อกันไว้ เพื่อให้ได้กำยานหน้า หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าค่าน้ำ หรือในกรณีที่มีการจ้างให้มัคคุเทศก์ที่มีบัตรอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ออกให้ร่วมเดินทางกับคณะทัวร์เพื่อทำหน้าที่แสดงตัวเป็นมัคคุเทศก์ แต่ผู้บรรยายคือหัวหน้าทัวร์ที่นำนักท่องเที่ยวมา ซึ่งตัวมัคคุเทศก์เองไม่ได้ใช้ความสามารถในการเป็นมัคคุเทศก์ และจะแสดงบัตรอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ต่อเจ้าหน้าที่เมื่อมีการตรวจบัตรมัคคุเทศก์เท่านั้น และได้รับค่าจ้างในราคาต่ำมาก (พลดา พันธุ์ชูเพชร 2543 : 58-62)

จากสภาพการข้างต้นส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลายๆ ด้าน เช่น ภาพพจน์ที่ไม่ดีของมัคคุเทศก์ในสายตาของนักท่องเที่ยว สภาพสังคมที่มีการแข่งขันกันทำให้เกิดการเอาเปรียบเพียงเพื่อหวังผลกำไรให้มากที่สุด และอาจทำให้เกิดภาพพจน์ที่ทำให้เสื่อมเสียแก่ประเทศชาติด้วย โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่ทันสมัยในปัจจุบัน หรือจากคำบอกเล่าปากต่อปากจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และหากนักท่องเที่ยวผู้อื่นที่ยังไม่เคยเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ ได้รับข้อมูลข่าวสารในแง่ลบดังกล่าวย่อมไม่ยากที่จะมาเที่ยว ซึ่งอาจทำให้รายได้ที่จะนำเงินตราเข้าสู่ประเทศที่ได้จากการท่องเที่ยวที่ปัจจุบันถือเป็นรายได้หลักที่สำคัญของประเทศอาจลดน้อยลงได้

อย่างไรก็ตาม ในฐานะที่ผู้วิจัยเคยปฏิบัติหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเป็นระยะเวลาานพอสมควร ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองไทยจะใช้บริการของมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวมากกว่าเดินทางและจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (บุษบา สุธีธร และ ภัสวดี นิตติเกษตรสุนทร 2541 : 77) ซึ่งหากเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเห็นได้ว่า หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบหมู่คณะถึงจะนิยมใช้บริการของมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยว (สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์ 2546 : 125) ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นภูมิลำเนาของผู้วิจัย เห็นความสำคัญของการมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและมีความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวที่มีคุณลักษณะอย่างไร เพื่อจะได้นำผลที่ได้รับไปเสนอแนะต่อหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการท่องเที่ยว นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายมากยิ่งขึ้น

∴ จากเหตุผลความจำเป็นและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดแรงบันดาลใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของมัคคุเทศก์ให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย *

ในการศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้รับความรู้ในเรื่องของความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. มัคคุเทศก์นำเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด อุบลราชธานี โดยทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละภาคว่ามีความต้องการ และมีความสนใจในสิ่งใด เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถพัฒนาตนเองสู่ระดับสากลได้ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์การนำเที่ยวและบริการต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ได้เห็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว การวางแผนตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเฉพาะการส่งเสริมให้มัคคุเทศก์มีบทบาทและเป็นตัวแทนของหน่วยงานมากยิ่งขึ้น

3. หน่วยงานของรัฐในส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ที่ดูแลเรื่องยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตจังหวัด อุบลราชธานี สามารถนำข้อมูลและผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของภูมิภาคและของประเทศชาติให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวให้บังเกิดความพึงพอใจสูงสุด และให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ โดยการกระตุ้นให้ขวนขวายใฝ่หาความรู้อยู่ตลอดเวลา หรือมีการประเมินความรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มัคคุเทศก์อยู่ในมาตรฐานที่ควรจะเป็น

4. นักวิชาการทางการท่องเที่ยว อาทิ อาจารย์ผู้สอนหลักสูตรวิชาการท่องเที่ยวในสถาบันการศึกษาต่างๆ เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถจัดการอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์นำเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะ ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการสร้างรายได้แก่ท้องถิ่นของตน โดยการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

โดยสรุป จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในวงการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หน่วยงานของรัฐด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนนักวิชาการทางการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อตนเองได้เป็นอย่างมาก ซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเชิงบูรณาการทางการท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง

ขอบเขตของการวิจัย *

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่การศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานี ใช้บริเวณที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเป็นประจำโดยมีมรดกโลกที่นำมาเที่ยวมาด้วยตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 3 ประเภท คือ (1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ หาดวัดใต้ หาดคูเคื่อ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เสาเฉลียง แม่น้ำสองสี น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย เขื่อนสิรินธร และแก่งสะพือ (2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดหนองบัว วัดสุปฏิญารามวรวิหาร วัดมหาวนาราม วัดทุ่งศรีเมือง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี วัดบ้านนาเมือง ผาแต้ม วัดหนองป่าพง และวัดบ้านนาชาติ (3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของบ้านปะอ่าว ชายแดนช่องเม็ก ศูนย์ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของบ้านท่าซ้องเหล็ก และประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอุบลราชธานี

ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมากับมรดกโลกของบริษัทนำเที่ยว ณ จังหวัดอุบลราชธานี ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2547 โดยใช้ฐานข้อมูลจากกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่รวบรวมไว้จำนวน 466 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2547 : 79) โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 366 คน
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ จำนวน 76 คน
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม จำนวน 24 คน

กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมากับมรดกโลกของบริษัทนำเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 214 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จของ Krejcie และ Morgan (Krejcie and Morgan 1970 : 607-610, อ้างถึงใน ทองใบ สุคชารี 2546 : 24-26) โดยแบ่งออกตามสัดส่วนได้ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 168 คน
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ จำนวน 35 คน
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม จำนวน 11 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาถึงความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษานี้ได้กำหนดระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 3-16 มีนาคม พ.ศ.2548 รวมระยะเวลาทั้งหมด 2 สัปดาห์

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
 - 2.1 ความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกเป็น ความรู้ของมัคคุเทศก์ ความสามารถของมัคคุเทศก์ และคุณสมบัติของมัคคุเทศก์
 - 2.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกเป็น การขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ การขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ และการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ความไม่สมบูรณ์ของการวิจัยนี้อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนน้อย อาจทำให้เก็บข้อมูลได้ยาก ใช้เวลานาน และอาจได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ตามที่ต้องการ
2. จากข้อจำกัดในข้อ (1) ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถสกัดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งหมดออกมาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับหลักการมัคคุเทศก์เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีแนวคิดเรียงตามลำดับสรุปได้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีพร้อมด้วยมัคคุเทศก์มีภูมิหลังที่แตกต่างกัน โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิฐานะ การศึกษา และรายได้ ย่อมมีความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ อาทิเช่น ด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย และความรู้รอบตัวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ด้านภาษาและการสื่อสาร ความสามารถของมัคคุเทศก์ด้านการนำเที่ยว และความสามารถของมัคคุเทศก์ด้านการแก้ปัญหา คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ด้านหน้าที่และความรับผิดชอบ คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ด้านมนุษยสัมพันธ์ และคุณสมบัตินักมัคคุเทศก์ด้านบุคลิกภาพ เพื่อก่อให้เกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวและความประทับใจในตัวมัคคุเทศก์ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการนำเที่ยวตามมา แต่ในบางครั้งหากนักท่องเที่ยวไม่เกิดความประทับใจในตัวมัคคุเทศก์ก็อาจเกิดปัญหาในการนำเที่ยวขึ้นมาได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการ ดังนั้นกรอบแนวคิดในการวิจัยจึงได้กำหนดตามแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น โดยสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังแผนภูมิที่ 1.1

ตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคลของ
นักท่องเที่ยวยาวไทย

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. ภูมิลำเนา
5. การศึกษา
6. รายได้



ความต้องการมัคคุเทศก์และความคิดเห็นที่มีต่อ

ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์

1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ ได้แก่
 - 1.1 ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2 ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย
 - 1.3 ความรู้รอบตัวอื่นที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ ได้แก่
 - 2.1 ความสามารถด้านภาษาและการสื่อสาร
 - 2.2 ความสามารถด้านการนำเที่ยว
 - 2.3 ความสามารถด้านการแก้ปัญหา
3. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ได้แก่
 - 3.1 หน้าที่และความรับผิดชอบ
 - 3.2 บุคลิกภาพ
 - 3.3 มนุษยสัมพันธ์

แผนภูมิที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ข้อตกลงเบื้องต้น

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีสถานภาพแตกต่างกัน อาทิเช่น เพศ อายุ อาชีพ ภูมิฐานะ การศึกษา และรายได้ แต่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเดียวกัน ดังนั้นจึงสามารถเข้าใจข้อคำถามต่างๆ ได้เหมือนกัน ข้อมูลที่ได้จึงถือว่าเป็นจริงทุกประการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิฐานะ การศึกษา และรายได้

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการ หมายถึง ลักษณะเฉพาะ หรือคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการหลังจากที่ได้รับการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีแล้ว

✓ **ความต้องการ** หมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกถึงความอยากได้ในสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ซึ่งสามารถเติมเต็มช่องว่างในจิตใจของมนุษย์ให้ได้รับความสุนทรีย์ภาพ และความพึงพอใจได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริการทางการท่องเที่ยว

✓ **มัคคุเทศก์** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่นำเที่ยว โดยให้ความรู้และความบันเทิง ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศด้านการพักผ่อน อาหาร การเดินทาง และความปลอดภัย โดยได้รับค่าตอบแทนจากผู้ว่าจ้าง โดยมีบัตรอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ออกให้

✓ **นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง บุคคลที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและเดินทางจากที่พักของตนเองไปยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ไม่ว่าจะพักแรมอยู่ในสถานะนั้น ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงหรือ 1 คืน หรือไม่ค้างคืน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ดิฉันต่อธุรกิจ พบปะญาติมิตร และการประชุมสัมมนา

➤ แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

➤ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ หาดวัดใต้ หาดคูเคือ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เสาเฉลียง แม่น้ำสองสี น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย เขื่อนสิรินธร และแก่งสะพือ เป็นต้น

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดหนองบัว วัดสุปฏิญนารามวรวิหาร วัดมหาวนาราม วัดทุ่งศรีเมือง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี วัดบ้านนาเมือง ผาแต้ม วัดหนองป่าพง และวัดป่านาชาติ เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของบ้านปะอ่าว ชายแดนช่องเม็ก ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอุบลราชธานี และศูนย์ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของบ้านท่าซ้องเหล็ก เป็นต้น

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ทำที่ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ หลังจากที่ได้รับบริการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

➤ ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ หมายถึง ข้อบกพร่องหรือข้อขัดข้องของมัคคุเทศก์นำเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่นักท่องเที่ยวไม่พึงประสงค์ อันก่อให้เกิดความไม่ประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมด้วยมัคคุเทศก์

➤ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางหรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยใช้ยานพาหนะนำไปภายใต้เงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

จรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ หมายถึง ข้อพึงปฏิบัติของมัคคุเทศก์ เพื่อธำรงไว้ซึ่งเกียรติภูมิของสถานภาพแห่งวิชาชีพ ทำให้อาชีพมัคคุเทศก์เป็นอาชีพที่มีเกียรติ ได้รับการยกย่องนับถือในฐานะเป็นตัวแทนของประเทศและชนชาวไทย เป็นทูตวัฒนธรรมและทูตสันติภาพ

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากไปเยี่ยมชม ซึ่งได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ธรรมชาติได้สร้างสรรค์ไว้ให้ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การบริการเข้า-ออกประเทศ การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการนำเที่ยว การบริการมัคคุเทศก์ การบริการสถานที่พักแรม การบริการภัตตาคารร้านอาหาร การบริการสินค้าของที่ระลึก การบริการบันเทิง และการบริการคุ้มครองความปลอดภัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ (1) การท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (2) ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (3) ทฤษฎีความต้องการ (4) แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ และ (5) แนวคิดและหลักการมัคคุเทศก์ จากนั้นจะเป็นการนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ และตั้งสมมติฐานการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยอาศัยหลักของเหตุผลตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบบไม่กำหนดทิศทาง (Wiersma 1990 : 38, อ้างถึงใน สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี 2546 : 14) ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถได้รับความรู้ความเข้าใจและเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว
 - 1.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 1.5 รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 1.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - 2.3 แหล่งท่องเที่ยว
3. ทฤษฎีความต้องการ
 - 3.1 ความหมายและความสำคัญของความต้องการ
 - 3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ
 - 4.1 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ
 - 4.2 การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
 - 4.3 การให้บริการของมัคคุเทศก์
5. แนวคิดและหลักการมัคคุเทศก์
 - 5.1 ความหมายและความสำคัญของมัคคุเทศก์
 - 5.2 ความเป็นมาของมัคคุเทศก์
 - 5.3 คุณสมบัติและความสามารถของมัคคุเทศก์
 - 5.4 บทบาทและหน้าที่ของมัคคุเทศก์
 - 5.5 จรรยาบรรณของมัคคุเทศก์
 - 5.6 ประเภทของมัคคุเทศก์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยในต่างประเทศ
7. สมมุติฐานการวิจัย



แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

คำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายถึงเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก หากเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ที่เป็นรายการเดี่ยวๆ ด้วยกัน

ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการทางการท่องเที่ยวหลายท่าน ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ใกล้เคียงกัน ดังนี้

เสรี วงศ์ไพจิตร (2543 : 2) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การที่ผู้คนได้ไปเยี่ยมสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติหรือเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว อาจขยายความรวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการทางการเมือง หรือการประชุมทางธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยผู้ที่มาเยือนเหล่านี้สามารถใช้บริการคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2545 : 67 ; วินิจ วีรยางกูร 2536 : 1, อ้างจาก World Tourism Organization 1993 : 74) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่า การเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ ดังนี้

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ชูลิทธิ ชูชาติ (2546 : 5) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยหรือภูมิลำเนาไปยังสถานที่อยู่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบต่างๆ ของสถานที่ที่เดินทางผ่านไป หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าไป หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเองและจะต้องทำการพักผ่อนในสถานที่เหล่านั้น

Mill and Morison (1990 : 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการนันทนาการของมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่างโดยผูกพันกับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตัวเอง ไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างประสบการณ์ ความรู้ เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆ เป็นการตอบสนองตนเอง

Webster's Third New International Dictionary (2000 : 15, อ้างจาก Mill 1990 : 5) ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism ไว้ว่า หมายถึง

1. การท่องเที่ยว หรือ
2. การเดินทางเพื่อความสราญใจ หรือ
3. การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางจากที่หนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป อาทิเช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูงและญาติพี่น้อง เพื่อการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ เป็นต้น โดยไม่มีจุดประสงค์เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ให้ตนเอง

ความหมายของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 : 4) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อันเป็นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ สำหรับประเภทของนักท่องเที่ยวได้กำหนดไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่ง และพำนักอยู่ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (ไม่น้อยกว่า 1 คืนและไม่มากกว่า 60 วัน) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหารายได้
2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน หมายถึง กลุ่มผู้เดินทางเฉพาะในอาณาเขตประเทศไทย
3. นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ค้างคืน หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาเยือนชั่วคราว โดยมีเวลาพำนักในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืน

เสรี วังส์ไพจิตร (2543 : 3) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งนิยามที่คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญทางสถิติของสันนิบาตชาติได้ประชุมกันในปี พ.ศ.2480 กำหนดว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งอันไม่ใช่ประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ตามปกติของตนและต้องพำนักในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ขึ้นไป

2. นักท่องเที่ยวในประเทศ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางในประเทศของตนเอง ซึ่งคณะกรรมการทบทวนทรัพยากรการท่องเที่ยวแห่งชาติสหรัฐอเมริกา ได้พิมพ์นิยามของคำว่านักท่องเที่ยวในประเทศออกเผยแพร่ในปี พ.ศ.2516 คือ นักท่องเที่ยวผู้เดินทางออกไปจากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรมส่วนตัว หรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม ยกเว้นการเดินทางไปทำงาน ไม่ว่าเขาจะพักค้างคืนหรือเดินทางกลับไปในวันเดียวกันนั้นหรือไม่ก็ตาม

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราว ซึ่งโดยมากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ด้วยความสนใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ จำแนกเป็น นักท่องเที่ยวในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

รูปแบบของการท่องเที่ยว

Swarbrooke and Horner (1999 : 77-79) ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวออกได้ทั้งสิ้น 11 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติพี่น้อง (Visiting Friends and Relatives)

การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ถือได้ว่าเป็นรูปแบบที่รู้จักกันดี และมีความแพร่หลายอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวประเภทดังกล่าวได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากกว่าในอดีตนั้นเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ หลายประการด้วยกัน สาเหตุที่เป็นตัวกระตุ้นการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่

1.1 การที่บุคคลมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น (Increase of Leisure Time) ในปัจจุบันคนในสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมตะวันตกหรือสังคมอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการมีเวลาว่างมากขึ้น ในแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์บุคคลพยายามสร้างความสมดุลระหว่างการใช้เวลาเพื่อการทำงานและการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน แนวคิดและทัศนคติของคนในสังคมปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลง

จากการใช้เวลาเพื่อการทำงานมาเป็นการให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและการมีเวลาว่างเพื่อทำอย่างอื่นเพิ่มขึ้น ตัวอย่าง ในประเทศสหรัฐอเมริกาประชาชนเริ่มมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปจากมีชีวิตอยู่เพื่อทำงาน มาเป็น การทำงานเพื่อมีชีวิตอยู่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คนมีเวลาว่างมากขึ้น และมีความปรารถนาที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ในช่วงเวลาว่าง อันรวมไปถึงการท่องเที่ยว

1.2 การปรับปรุงระบบการคมนาคมขนส่ง (Improvement of Transport System) ปัจจัยดังกล่าวนี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวแบบเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติพี่น้องไม่น้อยไปกว่าปัจจัยแรก จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ระบบการคมนาคมขนส่งมีการปรับปรุงในหลายรูปแบบ การสร้างและปรับปรุงถนนหนทาง ตลอดจนเส้นทางคมนาคมประเภทอื่นๆ จำนวนความยาวของถนนและทางรถไฟเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกันกับการขยายเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเพิ่มขึ้นของการคมนาคมในรูปแบบใหม่ๆ เช่น ช่วยเพิ่มเครือข่ายของการเดินทางให้สะดวกและง่ายขึ้น ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางกลับไปเยี่ยมเพื่อนหรือญาติพี่น้องได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเทศกาลสำคัญๆ ที่มีวันหยุดเป็นระยะเวลาหลายวัน จึงเป็นโอกาสดีที่บุคคลซึ่งจากถิ่นฐานและมาทำงานในต่างถิ่นได้มีโอกาสกลับไปเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง การท่องเที่ยวในลักษณะนี้แตกต่างจากการท่องเที่ยวประเภทอื่นตรงที่นักท่องเที่ยวอาจจะพักอยู่กับเพื่อนหรือญาติพี่น้องแทนที่จะพักในโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในต่างประเทศ

1.3 การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Better Living) จากการปรับปรุงระบบเศรษฐกิจในหลายๆ ประเทศก่อให้เกิดความกินดีอยู่ดีของประชาชนในส่วนต่างๆ ของโลก การที่ประชาชนมีความมั่งคั่งทำให้มีโอกาสและมีความสามารถในการรับรองเพื่อนและญาติพี่น้องที่มาเยี่ยมเยือนได้ เช่น การมีห้องว่างในบ้านสำหรับการรับแขกที่มาเยือน ตลอดจนความสามารถในการดูแลผู้มาเยือนในรูปแบบต่างๆ ได้มากขึ้น

2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism)

เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเดินทางเพื่อทำธุรกิจ การท่องเที่ยวลักษณะนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ทั้งนี้ หลังจากที่สงครามโลกสงบลงทำให้ผู้คนกลับมาสู่การทำมาหากินและปรับปรุงเศรษฐกิจในประเทศของตน การค้าขายและธุรกิจต่างๆ ขยายตัวขึ้นนำมาสู่ความจำเป็นในการเดินทางเพื่อทำธุรกิจทั้งในและระหว่างประเทศ เมื่อนักธุรกิจเดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งในเรื่องธุรกิจเขาอาจเดินทางพร้อมกับครอบครัวและใช้เวลาว่างหลังจากการทำธุรกิจเพื่อการพักผ่อนระยะหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ที่เขาเดินทางได้หรือบริเวณใกล้เคียง การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวนี้ขยายตัวอย่างรวดเร็วหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 และได้รับแรง

กระตุ้นจากหลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ความก้าวหน้าของการคมนาคมขนส่ง การเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจระบบโลก และการเติบโตของกลุ่มการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ ของโลก ข้อสังเกตประการหนึ่งของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ก็คือ นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจนี้จะใช้จ่ายเงินระหว่างการเดินทางค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวได้รับค่าใช้จ่ายจากบริษัทที่สังกัดในระหว่างการเดินทางทำให้เขาสามารถใช้จ่ายเงินได้มาก การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจยังครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวแบบงูใจ ซึ่งหมายถึง การที่บุคคลได้รับรางวัลในรูปแบบแพคเกจทัวร์จากบริษัทเป็นสิ่งตอบแทนหรือเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

3. การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา (Religious Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายที่มุ่งไปที่จิตใจหรือเพื่อความสงบในจิตใจ เริ่มแรกทีเดียวผู้เดินทางท่องเที่ยวแบบอิงศาสนาหรือเดินทางเพื่อการไปจาริกแสวงบุญ หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นี้มีจำนวนไม่มากนัก และมักเป็นชนชั้นสูง แต่ต่อมาได้พัฒนาสู่การเดินทางโดยคนจำนวนมากในปัจจุบัน เช่น การเดินทางไปในนครเมกกะในประเทศซาอุดีอาระเบีย การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น ผู้เดินทางไปทำบุญ 9 วัด ซึ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทยในปัจจุบันนี้ อาจเดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในเส้นทางที่ไปทำบุญซึ่งเป็นรูปแบบของการเดินทางเพื่อความสำราญใจด้วย

4. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism)

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในช่วงศตวรรษที่ 16 และศตวรรษที่ 17 ในระยะแรกการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ น้ำแร่ บ่อน้ำร้อน การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหลบหนีอากาศที่หนาวเย็นในช่วงฤดูหนาวมายังพื้นที่ที่อบอุ่นกว่า อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระยะปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดโรคภัยไข้เจ็บหรือเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ

5. การท่องเที่ยวแบบสวัสดิการ (Social Tourism)

เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่นานมานี้ การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้ถูกนิยามไว้ในบริบทของประเทศในแถบสแกนดิเนเวียว่า ทุกๆ คนควรมีโอกาสเดินทางเพื่อการพักผ่อนโดยไม่ถูกจำกัดจากสภาพทางเศรษฐกิจหรือสังคม แนวคิดของการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ตั้งอยู่บน

พื้นฐานของทฤษฎีด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งรัฐควรชดเชยโอกาสดังกล่าวให้แก่ประชาชนผู้ด้อยโอกาส ซึ่งมุ่งไปกลุ่มผู้พิการ มารดาซึ่งเลี้ยงดูบุตรแต่โดยลำพัง ชนกลุ่มน้อยต่างๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism)

เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้หรือเพื่อเผชิญโลก (See the World) ในยุคต้นๆ ของการเดินทางเพื่อการเรียนรู้หรือเพื่อการศึกษา คือ การเดินทางที่เรียกว่า Grand tour และต่อมาจนถึงปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาในหลากหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางในโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนหรือโครงการซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีสำหรับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยในยุโรปว่า Erasmus Program การเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ในเรื่องที่สนใจเป็นพิเศษ หรือหลักสูตรการศึกษาอบรมระยะสั้น การเดินทางไปต่างประเทศในรูปแบบของแคมป์ฤดูร้อน การเยี่ยมชมหรือทัศนศึกษาสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมของถิ่นอื่นและการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ตัวอย่างของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น การได้สัมผัสลิ้มลองอาหารและเครื่องคัมพื้นเมืองท้องถิ่น การชมกีฬาพื้นเมือง หรือการเข้าร่วมในกิจกรรมยามว่างของท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งเพาะปลูกของชาวพื้นเมืองและศูนย์หัตถกรรมต่างๆ

8. การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์ (Scenic Tourism)

การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล แม่น้ำ ทะเลสาบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจเป็นการเยี่ยมชมภูมิทัศน์ในเขตเมือง เช่น การชมภูมิทัศน์อาคารบ้านเรือนของลอนดอน หรือเมืองใหญ่ๆ ของโลกอื่นๆ

9. การท่องเที่ยวแบบการแสวงหาความสำราญ (Hedonistic Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบต่างๆ เช่น แสงแดด ทะเล และหาดทราย และอาจรวมถึงเพศรส

10. การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมหรือทำกิจกรรม (Activity Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวซึ่งเพิ่งเริ่มพัฒนาเมื่อเร็วๆ นี้ แต่เติบโตอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวประเภทนี้เกิดจากความปรารถนาที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ซึ่งรวมถึงการเดินป่า การขับขี้อักรยานหรือยานยนต์อื่นทั้งทางบกและทางน้ำ

11. การท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

การท่องเที่ยวรูปแบบนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวหรือเป็นกิจกรรมของการท่องเที่ยวก็ได้ นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำในสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษ เช่น การดูนก ตกปลา การวาดรูป การปรุงอาหาร การดื่มค้ำกับอาหารอร่อยๆ การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หรือการร่วมในเทศกาลดนตรีต่างๆ

สุวัฒน์ จูธากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2545 : 117-132) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง ในที่นี้สามารถรวบรวมรูปแบบของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ คือ (1) รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว (2) รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และ (3) รูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง

1. รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว

โดยทั่วไปแล้ว สามารถจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) และการท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวระหว่างประเทศคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปในต่างประเทศโดยมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้นๆ ทั้งนี้การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างจากประเทศของตน จะต้องผ่านพิธีการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น พิธีการตรวจคนเข้าเมือง พิธีการศุลกากร เป็นต้น ซึ่งมี 2 รูปแบบคือ การท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) และการท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศคือ การท่องเที่ยวที่มีภูมิศาสตร์เฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้นๆ โดยหมายรวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลทั้งที่มีถิ่นพำนักถาวรและมิได้มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศนั้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากการเดินทางของบุคคล 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวขาเข้า

2. รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

สามารถจัดแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ คือ (1) การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน (2) การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และ (3) การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

3. รูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง

แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ (1) การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และ (2) การท่องเที่ยวแบบอิสระ

ศรัณยา วรากุลวิทย์ (2546 : 15-20) ได้กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย ฯลฯ การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด คือ (1) การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวในวันหยุด การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวทางศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ และการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (2) การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ประกอบด้วย การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว และการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (3) การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ ประกอบด้วย การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวระยะไกล การท่องเที่ยวระยะใกล้ การท่องเที่ยวแบบอิสระ การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และการท่องเที่ยวแบบมวลชน เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไปคือ รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจเป็นพิเศษ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการทางการท่องเที่ยวหลายท่านได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

วรรณ วลัยวานิช (2542 : 19-23) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ เพราะองค์ประกอบนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างคือ นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว

การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารและการบริการ ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้าน การเข้าเมือง องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเงินการธนาคาร ระเบียบต่างๆ และความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2545 : 50) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ธุรกิจที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้าต่างๆ และบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหารและภัตตาคาร เป็นต้น รัฐบาลของประเทศหรือท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน และตัวเจ้าของบ้าน หรือประชาชนในประเทศนั้นๆ

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2545 : 91-115) กล่าวว่า องค์ประกอบของ การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 อย่าง คือ องค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยที่องค์ประกอบหลักมี 3 อย่าง คือ (1) นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด (2) แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรม ท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และ (3) ธุรกิจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยตรงเท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย 6 ธุรกิจหลักคือ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจนันทนาการ ส่วนองค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนจากหน่วยงานของ รัฐบาลและองค์กรเอกชน เป็นต้น

Mill (1990 : 22) กล่าวว่า องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ (1) สิ่งดึงดูดใจ (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) การขนส่ง และ (4) การต้อนรับ

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 อย่าง คือ องค์ประกอบหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและ การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาล และองค์กรเอกชน เป็นต้น

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เสาวภา มีถาวรกุล (2545 : 348-351) อธิบายความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวในการจัดหาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวในระดับราคาที่พึงพอใจ ส่วนความสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กล่าวไว้ว่า การศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว จะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกบริการที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดให้กับผู้รับบริการตามความคาดหวัง เพื่อสร้างความประทับใจต่อบริการ และจะทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการจนกลายเป็นลูกค้าประจำได้ ทั้งนี้การศึกษาพฤติกรรม สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. พฤติกรรมบริการภายใน เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในของผู้รับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการไม่สามารถสังเกตได้ แต่จะทราบได้ก็เมื่อผู้รับบริการได้แสดงพฤติกรรมนั้นออกมาให้ทราบ เช่น ความรู้สึก ความพอใจ การตัดสินใจซื้อ การรับรู้ เป็นต้น

2. พฤติกรรมบริการภายนอก เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการทราบได้โดยตรง เช่น การต้อนรับด้วยรอยยิ้ม การสอบถามความต้องการ การกล่าวคำขอบคุณ การแต่งกายสะอาด การรับโทรศัพท์ เป็นต้น

นิรันดร ทัพไชย (2546 : 69-70) ได้อธิบายเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Typologies) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือนักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยว คือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวมาจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทาง คือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

แต่ในระดับที่ยากขึ้นไปนักวิชาการทางการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

Cohen (1997 : 255) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส เช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปนก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน เช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

Perreault and Dorden (1997 : 245) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลางแต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการเดินทางหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderated Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมาก แต่ไม่สนใจกับการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Swarbrooke and Horner (1999 : 246) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active Sea Lovers)
2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded Holiday Makers) มีจิตใจชอบติดต่อพบปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวประเภทชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
5. นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-Orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางแบบไปเป็นครอบครัว
7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งออกได้หลายรูปแบบ โดยการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ อาทิเช่น นักท่องเที่ยวแบบประหยัด นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด และนักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เสาวภา มีถาวรกุล (2545 : 358-373) อธิบายว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ 4 ปัจจัย ดังนี้คือ

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)

วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้หรือสิ่งต่างๆ ที่ยึดถือ และถูกถ่ายทอดไปจากคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นผู้บำรุงรักษาถ่ายทอดและเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ

และผู้บริหารการตลาดจำเป็นต้องให้ความสนใจเพื่อนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาด และวัฒนธรรมนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งทางด้านการแต่งกาย การรับประทานอาหาร ศาสนา รูปแบบการท่องเที่ยว ดังนั้น วัฒนธรรมจะประกอบด้วย วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย และชั้นสังคม ซึ่งแต่ละวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการย่อมมีความแตกต่างกันด้านชีวิตความเป็นอยู่และพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว (Engel 1990 : 179)

สำหรับประเทศไทยได้แบ่งวัฒนธรรมย่อยตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป็นภาค เช่น ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งแต่ละภาคก็มีรูปแบบการบริโภค พฤติกรรมและความเป็นอยู่ต่างกัน เช่น ภาคเหนือ มีภาษาพื้นเมืองที่เรียกว่าภาษาเหนือ และกิริยาวาจาไพเราะ พุดช้า นุ่มนวล เป็นต้น ภาคใต้ มีภาษาพื้นเมืองที่เรียกว่าภาษาใต้ รับประทานอาหารรสจัด และรักพวกพ้อง เป็นต้น ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีภาษาพื้นเมืองที่เรียกว่าภาษาอีสาน อดทนสู้งานหนัก และกตัญญูต่อพ่อแม่ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านสังคมจะรวมถึงกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และสถานะ เพราะว่าปัจจัยทางสังคมจะมีผลกระทบต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับผิดชอบเมื่อจะวางกลยุทธ์การตลาด

3. ปัจจัยด้านส่วนบุคคล (Personal Factors)

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคล และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่

3.1 อายุ (Age) ความแตกต่างของอายุจะทำให้มีความต้องการผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวต่างกัน ในการพิจารณาอายุนั้น ได้มีการแบ่งกลุ่มอายุที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน

2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเยาวชน เป็นกลุ่มที่มีอายุครอบคลุมอายุต่ำกว่า 14-25 ปี และเป็นกลุ่มที่ชอบซื้อสินค้าด้วยตนเอง และกลุ่มที่นิยมการท่องเที่ยวและมักจะเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียน และวัยเริ่มต้นของการทำงาน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มที่มีความพร้อมที่จะบริโภคสินค้าและบริการมากกว่าตลาดวัยรุ่น และมักเป็นกลุ่มที่ถูกมองข้ามจากผู้ให้บริการ เพราะเป็นกลุ่มที่เกษียณอายุ ไม่ได้ทำงานแล้ว แต่มีเงินบำนาญ บำเหน็จ หรือเงินสะสม และไม่มีการเลี้ยงดูบุตร

3.2 วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน และขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตครอบครัวจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) กลุ่มบุคคลในแต่ละอาชีพจะมีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจะแตกต่างกัน เช่น นิตยสาร Brand Age ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเข้ามาเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีอาชีพเป็นลูกจ้าง เจ้าของกิจการ เกษียณอายุ นักศึกษา และว่างงาน โดยมีอาชีพเป็นลูกจ้างมากที่สุด

3.4 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Situation) นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ เช่น ระดับรายได้ การออม ทรัพย์สิน อำนาจ การกู้ยืม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3.5 แบบการดำเนินชีวิต (Life Style) เป็นลักษณะการดำเนินชีวิตซึ่งจะแตกต่างกันตามกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ถึงแม้ว่าบุคคลนั้นจะมาจากวัฒนธรรมย่อย ชั้นสังคม หรืออาชีพเดียวกันก็ตาม ในการวัดแบบการดำเนินชีวิตจะใช้เทคนิคที่เป็นที่รู้จักคือ จิตตนัยศาสตร์ (Psychographics) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการวัดขนาดที่สำคัญ คือ ลักษณะประชากร แบ่งเป็น อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ขนาดครอบครัว ที่อยู่อาศัย ท้องที่ที่อยู่ ขนาดของเมือง และขั้นตอนในวงจรชีวิตครอบครัว

3.6 บุคลิกภาพและความคิดเห็นส่วนบุคคล (Personality and Self Concept) สำหรับบุคลิกภาพประกอบด้วย ลักษณะทัศนคติ และอุปนิสัยของบุคคล ซึ่งบุคลิกภาพถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคล และบุคลิกภาพจะพิจารณาจากความเชื่อมั่นในตัวเอง มีลักษณะเป็นผู้นำ ความมั่นคงด้านอารมณ์ การเข้าสังคม การปรับตัว ความมีระเบียบวินัย ความมีอำนาจ ส่วนความคิดเห็นส่วนบุคคล ประกอบด้วย 2 กรณี คือ ความคิดที่บุคคลมองตัวเอง และความคิดที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่นมองตัวเอง (Kotler 2003 : 279)

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)

ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบุคคล นอกจากจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ เป็นต้น (Ross 1998 : 256)

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ 4 ปัจจัยด้วยกัน กล่าวคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมหลัก

วัฒนธรรมย่อย และชั้นสังคม ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และสถานะ ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ แบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและความคิดเห็นส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การจงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมนันทนาการของมนุษย์ที่เกิดขึ้น ในเวลาว่าง โดยผูกพันกับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตัวเองไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็น แหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างประสบการณ์ ความรู้ เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ จากกิจกรรมต่างๆ เป็นการสนองตนเอง ซึ่งบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวเรียกว่านักท่องเที่ยว แต่มี วัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวในประเทศ สำหรับรูปแบบของการท่องเที่ยวก็มีหลากหลาย รูปแบบด้วยกันตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง อาทิเช่น การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติพี่น้อง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่รู้จักกันกว้างขวางกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อน และการท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจเป็นพิเศษ เป็นต้น ในการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการสนับสนุนจากรัฐบาลและองค์กรเอกชน เป็นต้น โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งแสดงออกของนักท่องเที่ยวในการจัดหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวในระดับราคาที่พึงพอใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น พฤติกรรมบริการภายใน อันได้แก่ ความรู้สึก ความพอใจ การตัดสินใจซื้อ และการรับรู้ เป็นต้น และพฤติกรรมบริการภายนอก อันได้แก่ การต้อนรับด้วยรอยยิ้ม และการสอบถามความต้องการ เป็นต้น การกำหนดรูปแบบของ นักท่องเที่ยวเพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกบริการที่มีคุณภาพ ที่ดีที่สุดให้กับผู้รับบริการตามความคาดหวัง เพื่อสร้างความประทับใจต่อบริการ และจะทำให้ผู้รับบริการ กลับมารับบริการจนกลายเป็นลูกค้าประจำได้ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ยังประกอบไปด้วย ปัจจัย 4 ประการ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนบุคคล โดยปัจจัยด้านส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดอันได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ระดับรายได้ แบบการดำเนินชีวิต การศึกษา ที่อยู่อาศัย และขั้นตอนในวงจรชีวิตครอบครัว เป็นต้น

ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldner (1996 : 98) กล่าวถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การค้นหาการตามชายหาด การหย่อนใจด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับคนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะได้พบคนใหม่ๆ
4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม การศึกษา

Hudman (2000 : 131) กล่าวถึงสิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ได้แก่ สุขภาพอนามัย ความอยากรู้อยากเห็น ความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว และความประทับใจในสิ่งที่พบเห็น ศาสนา ธุรกิจและวิชาการ เพื่อนฝูงญาติพี่น้อง และเกียรติภูมิ เป็นต้น
2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานเทศกาล ประเพณี ศิลปหัตถกรรม ภาษา ลักษณะทางกาย เช่น สภาพภูมิอากาศ ทักษณียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า และแหล่งบันเทิงเรีงรมย์ เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง โดยมีปัจจัยที่สำคัญอยู่ 2 ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น ธุรกิจและวิชาการ ส่วนปัจจัยดึงดูด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

นิรันดร ทัพไชย (2546 : 86-90) กล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาแรงจูงใจของบุคคลในการท่องเที่ยวไว้ในหลายมุมมองด้วยกัน โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อเข้าใจแรงจูงใจที่กระตุ้นให้บุคคลเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งๆ จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอาจแบ่งแนวคิดดังกล่าวออกได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญคือ (1) กลุ่มแรงจูงใจสองมิติ (2) กลุ่มแรงจูงใจหลายมิติ และ (3) กลุ่มแรงจูงใจหลายขั้นตอน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

กลุ่มแรงจูงใจสองมิติ

กลุ่มแรงจูงใจสองมิติ หมายถึง กลุ่มนักวิชาการที่เสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยแบ่งลักษณะของแรงจูงใจออกเป็น 2 มิติหรือ 2 ปัจจัย ในที่นี้จะกล่าวถึงแนวความคิดที่สำคัญๆ ดังนี้

Walters (1997 : 136) และ Lundberg (1998 : 159) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยเน้นความสำคัญกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดเช่นกัน โดยกล่าวว่าบุคคลพยายามหนีจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ และจากการที่บุคคลพยายามหาสิ่งชดเชยหรือให้รางวัลแก่ตัวเอง กล่าวคือ การที่บุคคลมีแรงจูงใจให้เดินทางเนื่องมาจากความต้องการละทิ้งสิ่งแวดล้อมอันได้แก่ ปัญหาส่วนตัว (Personal Problems) เช่น ความเครียดจากการทำงาน หรือ ความต้องการละทิ้งสิ่งแวดล้อมเนื่องจากปัญหาที่เกิดจากความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal Problems) ซึ่งทั้งสองเป็นปัจจัยผลักดัน ขณะเดียวกันบุคคลมีแรงจูงใจในการเดินทางอันเนื่องมาจากการมุ่งแสวงหาสิ่งชดเชยจากการให้รางวัลแก่ตนเอง (Personal Rewards) เช่น ความรู้สึกทำหายที่ได้เดินทางไปยังสถานที่ที่มีความยากลำบาก การได้พบสิ่งแปลกใหม่ การเรียนรู้โลก การได้พักผ่อนหย่อนใจ หรือจากรางวัลที่ได้รับจากการสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal Rewards) เช่น ได้รู้จักพบปะกับบุคคลอื่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ซึ่งทั้งสองเป็นปัจจัยดึงดูด

Gray (1998 : 231-232) ได้เสนอแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยอธิบายจากลักษณะของนักท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็นสองรูปแบบสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้จะถูกกระตุ้นจากแรงจูงใจที่แตกต่างกัน คือ

1. แรงจูงใจจากการชอบเดินทาง (Wanderlust) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ถูกจูงใจจากการต้องการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ชอบหนีความจำเจในชีวิตเพื่อพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เช่น สถานที่ ผู้คน

2. แรงจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (Sunlust) นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเดินทางเนื่องจากถูกจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหรือบางสิ่งบางอย่างที่ดีกว่าที่มีอยู่ในถิ่นที่เขาอยู่ เช่น การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ที่มีชื่อเสียง หรือการเดินทางไปยังชายหาดสำคัญๆ เพื่ออาบแดด เป็นต้น

Pearce and Caltabiano (1998 : 226) และ Crompton (1999 : 229) กล่าวว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวใดๆ แบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด ซึ่งปัจจัยผลักดัน หมายถึง ปัจจัยที่จูงใจให้บุคคลเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ความเครียด การเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน ในขณะที่ปัจจัยดึงดูด หมายถึง ปัจจัยด้านตัวแหล่งท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้บุคคลเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ เช่น ลักษณะเฉพาะหรือความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง

Crompton (1999 : 230) ได้ขยายความปัจจัยแรงจูงใจทั้งสอง กล่าวคือ ปัจจัยผลักดัน ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ประกอบด้วย (1) การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน (2) การค้นหาและประเมินตนเอง (3) การพักผ่อนหย่อนใจ (4) ความรู้สึกมีเกียรติ (5) การกลับสู่ความเป็นตัวของตัวเอง (6) การได้เชื่อมเยินญาติพี่น้อง (7) การมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น ส่วนปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย (1) การได้พบสิ่งแปลกใหม่ และ (2) การได้ศึกษาเรียนรู้

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กลุ่มแรงจูงใจ 2 มิติ เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 2 ประการคือ ปัจจัยผลักดัน หมายถึง ปัจจัยที่จูงใจให้บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยดึงดูด หมายถึง ปัจจัยด้านตัวแหล่งท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้บุคคลเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ

กลุ่มแรงจูงใจหลายมิติ

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจหลายมิตินี้ได้ถูกพัฒนาโดยนักวิชาการหลายท่านด้วยกัน แรงจูงใจหลายมิติในที่นี้ หมายถึง แรงจูงใจของบุคคลในการท่องเที่ยวซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งที่มีอยู่หลายๆ ประการด้วยกัน

Swarbrooke (1999 : 241) ได้พัฒนารูปแบบของแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว โดยได้อธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่ามีดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical) ได้แก่ การพักผ่อน ความต้องการมีผิวสีแทน การได้ออกกำลังกายและรักษาสุขภาพ การได้มีเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

2. แรงจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional) ได้แก่ การได้หวนคิดถึงเหตุการณ์ประทับใจในอดีต (Nostalgia) ความโรแมนติก การผจญภัย การหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง ความตื่นตาตื่นใจกับสิ่งที่ได้พบเห็น

3. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural) ได้แก่ การชมทิวทัศน์ของบ้านเมืองอื่น การได้รับประสบการณ์จากวัฒนธรรมอื่น

4. แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal) ได้แก่ การไปเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติพี่น้อง การพบเพื่อนใหม่ ความต้องการที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อื่น

5. แรงจูงใจทางสถานภาพ (Status) ได้แก่ การได้รับสิทธิพิเศษเฉพาะตัว (Exclusively) แพชั่น การได้รับข้อเสนอที่ดีกว่า

6. แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง (Personal Development) ได้แก่ การได้รับความรู้เพิ่มเติมใหม่ การเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ

Swarbrooke ยังได้อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคคลว่า ประกอบด้วย

1. บุคลิกภาพ (Personality) เช่น ชอบการผจญภัยหรือชอบการเดินทางที่ไม่มีความเสี่ยงใดๆ

2. วิถีชีวิต (Lifestyle) หมายถึง วิถีทางของบุคคลในการดำรงชีพและการใช้เวลาและเงินตรา

3. ประสบการณ์ในอดีตในฐานะนักท่องเที่ยว (Past Life) ซึ่งบุคคลอาจได้รับประสบการณ์ทั้งในด้านลบหรือบวกในระหว่างการเดินทาง

4. การรับรู้เกี่ยวกับตัวเอง (Perception of Their Own) ว่าตนเองมีจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร

5. ภาพลักษณ์ (Image) ที่บุคคลปรารถนาจะถูกมองจากบุคคลอื่น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า กลุ่มแรงจูงใจหลายมิติ เป็นแรงจูงใจของบุคคลที่อาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งที่มีอยู่หลายๆ ประการ อาทิเช่น แรงจูงใจทางกายภาพ อันได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม อันได้แก่ การได้รับประสบการณ์จากวัฒนธรรมอื่น แรงจูงใจส่วนบุคคล อันได้แก่ การไปเยี่ยมเยือนและญาติพี่น้อง เป็นต้น

กลุ่มแรงจูงใจหลายขั้น

Pearce and Caltabiano (1998 : 259-261) ได้ประยุกต์ทฤษฎีของ Maslow เพื่อให้สามารถอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของบุคคลได้อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยได้พัฒนาทฤษฎีที่เรียกว่า ลำดับขั้นของแรงจูงใจในการเดินทาง (Travel Career Ladder – TCL) ที่อธิบายว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะถูกกำหนดอย่างเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีความต้องการ

ตามลำดับขั้นของ Maslow กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น เขาจะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อสนองความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้น ทฤษฎีของ Pearce อาจแสดงในแผนภูมิที่ 2.1 ดังนี้

<p>ขั้นบรรลุความปรารถนา</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรลุตามสิ่งที่ได้ใฝ่ฝัน - เข้าใจตนเองมากขึ้น - ได้พบกับความสงบสุขภายในจิตใจ ความสงบใจ 	
<p>ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง</p> <p>ถูกกำหนดโดยตัวเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาทักษะของตนเอง - สนใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษ - พัฒนาความสามารถในด้านใดด้านหนึ่ง 	<p>ถูกกำหนดโดยผู้อื่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัลจากภายนอก การได้รับเกียรติ - หลงใหลในการท่องเที่ยว - ภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้ชำนาญในการท่องเที่ยว
<p>ขั้นการสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น</p> <p>ถูกกำหนดโดยตัวเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - มอบความรัก ความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้อื่น รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น 	<p>ถูกกำหนดโดยผู้อื่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้รับความรู้สึกที่ดีจากผู้อื่น - ได้เข้าร่วมกับกลุ่ม - เป็นสมาชิกของกลุ่ม - สร้างความสัมพันธ์
<p>ขั้นถูกระงับหรือปลุกเร้า</p> <p>ถูกกำหนดโดยตัวเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - กังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้อื่น 	<p>ถูกกำหนดโดยผู้อื่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - กังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย
<p>ขั้นผ่อนคลายอารมณ์</p> <p>ถูกกำหนดโดยตัวเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการพักผ่อนหรือทำให้ร่างกายแข็งแรง - การผ่อนคลายอารมณ์ 	<p>ถูกกำหนดโดยผู้อื่น</p>

แผนภูมิที่ 2.1 ตัวแบบ TCL

ที่มา : นิรันดร ทัพไชย 2546 : 89

จากแผนภูมิที่ 2.1 นักท่องเที่ยวที่เริ่มเดินทางเป็นครั้งแรก เช่น ตอนเป็นวัยรุ่นอาจได้รับแรงจูงใจจากความต้องการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาร่างกายหรือความเพลิดเพลิน เช่น การเดินทางเพื่อปีนเขา ขี่ม้า ว่ายน้ำ ฯลฯ ซึ่งเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐาน เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางและมีประสบการณ์มากขึ้นเขาจะได้รับแรงจูงใจจากขั้นที่สูงขึ้น เช่น บุคคลเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับสุขภาพเนื่องจากความเครียดซึ่งถือเป็นสิ่งที่ไม่ปลอดภัยสำหรับชีวิตทำให้เขาเกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งอยู่ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า หลังจากบุคคลมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น การเดินทางของเขาจะได้รับแรงจูงใจในขั้นที่สูงขึ้นอีก กล่าวคือ เขาจะได้รับแรงจูงใจจากขั้นสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เช่น การเดินทางเพื่อการได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนฝูง หรือกลุ่มสังคมที่เขาเป็นสมาชิก ทำให้เขาสามารถรักษาสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม เป็นต้น ในขั้นต่อไปคือขั้นความภาคภูมิใจและการได้พัฒนาตนเองนั้น จะเป็นขั้นที่บุคคลได้รับแรงจูงใจเพื่อการเดินทางจากที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางทำให้เขาได้พัฒนาตนเอง ได้เรียนรู้ในสิ่งใหม่ที่ตนเองสนใจ หรือรู้สึกภาคภูมิใจจากการเป็นผู้มีประสบการณ์ซ้ำของการเดินทาง แรงจูงใจในขั้นสุดท้ายหรือขั้นสูงสุดจะเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการได้เดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งเป็นการบรรลุถึงสิ่งที่ได้ฝันไว้ หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ทำให้เขารู้จักตนเองมากขึ้น เป็นต้น

Coltman (1999 : 206) ได้เปรียบเทียบทฤษฎีดังกล่าวว่าเหมือนกับความก้าวหน้าในการทำงานที่บุคคลจะเริ่มดำเนินงานในตำแหน่งระดับต่ำก่อน จากนั้น จึงเปลี่ยนงานมาสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นตามอายุหรือประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ตัวอย่างเช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปต่างประเทศเป็นครั้งแรกๆ เขาอาจมีแรงจูงใจที่จะเดินทางแบบ โปรแกรมเหมาจ่าย (Package Tour) แต่เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้นเขาจะเลือกการเดินทางด้วยตนเอง (Independent) เป็นต้น

ถึงแม้การพยายามเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งจำเป็นแต่ควรใช้ความระมัดระวัง Swarbrooke and Homer (1999 : 269) ได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาในการพยายามกำหนด หรือระบุปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่า

1. การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นสิ่งหนึ่งสิ่งเดียว แต่เป็นส่วนผสมของบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจึงอาจมาจากส่วนหนึ่งส่วนใดมากกว่าที่จะมาจากทั้งหมด

2. ในบางครั้งนักท่องเที่ยวอาจไม่จำเป็นต้องรู้ว่าเขาเดินทางท่องเที่ยวเพราะเหตุใด และถึงแม้ว่าเขาจะรู้เขาก็ไม่จำเป็นต้องเปิดเผย
3. สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวอาจมาจากหลายปัจจัยและอาจขัดแย้งหรือไม่สอดคล้องกันก็เป็นได้
4. สิ่งหรือปัจจัยจูงใจอาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปหรืออาจเปลี่ยนไปตาม โอกาส
5. ในบางครั้งอาจแยกสิ่งจูงใจของบุคคลออกจากสิ่งจูงใจทางสังคมเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก

6. แรงจูงใจไม่สามารถแยกออกจากปัจจัยอื่นๆ เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และวัฒนธรรม ได้อย่างเด็ดขาด เพราะปัจจัยเหล่านี้มีความเกี่ยวพันกันอย่างมาก (Interlocking Concept) จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า กลุ่มแรงจูงใจหลายชั้นเป็นการประยุกต์ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow เรียกว่า ลำดับขั้นของแรงจูงใจในการเดินทาง กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น เขาจะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อสนองความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้น โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปจากเดิม อาทิเช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปต่างประเทศในครั้งแรก เขาอาจมีแรงจูงใจที่จะเดินทางแบบ โปรแกรมเหม่าจ่ายกับบริษัทนำเที่ยว แต่เมื่อมีประสบการณ์ในการเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น เขาจะเลือกการเดินทางด้วยตนเอง เป็นต้น

จากทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวดังกล่าวสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มสำคัญ ได้แก่ กลุ่มแรงจูงใจสองมิติ กลุ่มแรงจูงใจหลายมิติ และกลุ่มแรงจูงใจหลายขั้นตอน ซึ่งไม่สามารถบอกได้ว่ากลุ่มใดมีความสำคัญมากกว่ากัน โดยจุดเน้นก็คือ เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจที่กระตุ้นให้บุคคลเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง

แหล่งท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2546 : 5-7) นิยามความหมายและอธิบายความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Destination) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

ลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่ง ตำบล เมือง ภาค รัฐ หรือประเทศนั้นๆ ควรมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ หรือที่เรียกว่า 3 As คือ

1. ความดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงามตามธรรมชาติ เช่น หาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิด หรือ ความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา เป็นต้น มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญ เฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติหรือการตกแต่ง ขบวนพาเหรดและการแสดงในเทศกาลต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวได้มากหากมีความสะดวกในการเดินทางเที่ยวชม หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอารมณ์สในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้น แม้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหลาย (Amenity) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความ ประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาทิ ปราสาท ราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ เหมาะสมแก่การพักผ่อน อาทิ อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเล หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิด ความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เช่น งานคาร์นิวัล (Carnival) ในประเทศบราซิล งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยต้องมีลักษณะที่สำคัญคือ ความดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย และสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหลาย เป็นต้น

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 79) อธิบายถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยวว่า การจำแนก ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เป็นวิธีที่การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทยใช้ในการจำแนกแหล่งท่องเที่ยวมาเป็นเวลานาน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีความงดงามตามธรรมชาติจนสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือน เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง และแหล่งน้ำจืด เป็นต้น

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พระราชวัง กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน รวมทั้งสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่บรรพบุรุษได้สร้างและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา เช่น เทศกาล งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท หมู่บ้านชาวเขา การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นบ้าน การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน ได้แก่ กิจกรรมกีฬาแข่งแกร่ง ขี่จักรยานเสือภูเขา พายเรือ เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก เที่ยวสวนสัตว์ เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งตามลักษณะและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นวิธีการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ใช้ในการจำแนกแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ (1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ และน้ำตก (2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ พระราชวัง และวัด (3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เช่น เทศกาล งานประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนบท เป็นต้น

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและแนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ โดยสิ่งที่ทำให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวอันรวมไปถึงความต้องการในตัวมัลคูลเทศก์ทำหน้าที่นำเที่ยวตามทฤษฎีของนักวิชาการทางการท่องเที่ยวคือ Hudman ซึ่งผู้วิจัย

ได้นำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับงานวิจัยในครั้งนี้ อัน ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน (ปัจจัยจิตวิทยาสังคม) เช่น ความอยาก رؤ้อยากเห็น สุขภาพอนามัย และความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น และปัจจัยดึงดูด (ปัจจัยวัฒนธรรม) เช่น ศิลปวัฒนธรรมประเพณี และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีทฤษฎีลำดับขั้นของแรงจูงใจในการเดินทางของนักวิชาการทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ Pearce และ Caltabiano ที่อธิบายว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกกำหนดอย่างเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น เขาจะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อสนองความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้น สำหรับแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ชายทะเล เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ พระราชวัง พิพิธภัณฑ์ วัด เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เช่น เทศกาล งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท ภาษา กิจกรรมกีฬาท้องถิ่น ขี่จักรยานเสือภูเขา เป็นต้น

ทฤษฎีความต้องการ

ความหมายและความสำคัญของความต้องการ

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 93-103) อธิบายเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของความต้องการไว้ว่า ความต้องการ (Need) หมายถึง ความสามารถหรือความจำเป็นใดๆ ของมนุษย์ที่การกระทำ และการมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยความสามารถหรือความจำเป็นนั้นๆ ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความต้องการ 4 ประการที่จะต้องทำความเข้าใจในช่วงนี้ (Walters 1997 : 195) คือ

1. ความต้องการเป็นรากฐานของการกระทำทั้งหมดของมนุษย์ (Need Underlies All Human Action) ความต้องการเป็นตัวกำหนดพื้นฐานอันดับแรกของพฤติกรรม ความต้องการจึงเป็นสิ่งที่สร้างกรอบให้กับปัจจัยอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นเราจึงไม่อาจอธิบายถึงกิจกรรมของผู้บริโภคได้โดยปราศจากความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ ความต้องการเป็นสาเหตุที่ทำให้เราต้องมีการสร้างเซลล์ของร่างกายหรือทำให้เราต้องกะพริบตา หรือซื้อผลิตภัณฑ์

หรือต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือต้องแสวงหาความเป็นเพื่อน หรือหน้าที่การงาน หรืออื่นๆ เป็นต้น จะไม่มีอะไรเกิดขึ้นในจิตใจหรือร่างกายของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเลย จนกว่าบุคคลจะมีความต้องการเกิดขึ้น

2. ความต้องการไม่ใช่ความขาดหรือความไม่พอ (A Need is Not a Deficiency) แม้ว่าความไม่พอที่มีอยู่จะสามารถเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลได้เริ่มรู้ถึงความต้องการได้ก็ตาม ความขาดหรือความไม่พอ (Deficiency) จึงหมายถึง ความขาดแคลน (Lack) หรือการขาดไป (Absence) ในบางสิ่งบางอย่างได้ แต่ร่างกายของคนเราก็มีความต้องการที่เหมือนกันหลายอย่างไม่ว่าในขณะนั้นจะได้รับความพอใจหรือไม่ก็ตาม ตัวอย่างเช่น ร่างกายต้องการอาหารบำรุงกำลัง อากาศ น้ำ และความสุขสบาย เป็นต้น และความเป็นจริงที่ว่าร่างกายมีสิ่งเหล่านี้แต่ละอย่างก็เพียงพอแล้วก็ไม่ได้ทำให้ข้อเท็จจริงที่ว่า ความจำเป็นดังกล่าวสำหรับร่างกายของบุคคลเปลี่ยนไป ความจำเป็นสำหรับอากาศของบุคคลจะเห็นได้จริงสำหรับร่างกายเมื่อมีมากพอ เช่นเดียวกันกับเมื่ออากาศมีไม่เพียงพอ นอกจากนั้นบุคคลที่ได้รับความพอใจแล้วอาจไม่รู้ถึงความต้องการนั้นได้ เราทุกคนต่างต้องการที่จะได้รับความพอใจที่เกิดจากความต้องการทั้งหมดถ้าเป็นไปได้ และการที่เรามีสิ่งขาดบางอย่างอยู่ทำให้เราได้รู้ถึงความต้องการนั้นยังไม่ได้รับการบำบัดหรือยังไม่สมปรารถนา

3. ความต้องการสามารถเป็นไปได้ทั้งด้านร่างกายหรือด้านจิตใจ (A Need Can Be Physical or Psychological) สิ่งที่ใช้พิจารณาเพียงประการเดียวคือ ความต้องการนั้นต้องเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการทำงานของร่างกาย ความต้องการด้านจิตใจ ได้แก่ ความสบาย ความปลอดภัย ความรักใคร่ เป็นต้น ก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อบุคคลส่วนใหญ่เช่นเดียวกันกับความต้องการด้านร่างกาย ดังนั้น ความต้องการของบุคคลจึงมีได้ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

4. บุคคลมีขีดขั้นของการรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกัน (Individual Have Varying Degree of Awareness of Need) การรู้ (Awareness) นี้เป็นตัวอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้จากการเกี่ยวข้องกับความขาดแคลนที่เป็นจริง หรือได้จากการรับรู้/สัมผัส (A Real or Perceived Deficiency) การรู้ถึงความต้องการอาจมีได้หลายอย่างแตกต่างกันตลอดตั้งแต่การไม่รู้จนถึงระดับของความตั้งใจที่จะมีการบริโภคทั้งหมดเกิดขึ้น ขีดขั้นของการรู้จึงขึ้นอยู่กับความสำคัญของความจำเป็นที่ผู้บริโภคได้รับการรับรู้/สัมผัสโดยตรง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจรู้แบบไม่ชัดเจนถึงความต้องการสำหรับอาหารบำรุงกำลัง เพราะโดยปกติผู้บริโภคมีความพอใจแล้ว แต่ผู้บริโภคอาจรู้ได้ชัดเจนถึงความต้องการความเย็นเมื่อเครื่องปรับอากาศเสีย หรืออีกกรณีเช่น หญิงสาวคนหนึ่งมีเสื้อผ้าเพียงพอไม่ขาดแคลน แต่เธอก็รู้สึก

ถึงความต้องการสำหรับเสื้อผ้าชุดใหม่ได้ เพราะเกิดจากความต้องการด้านจิตใจที่อยากแสดงให้คนอื่นเห็นว่าเธอสามารถมีเงินซื้อชุดใหม่ได้ หรืออยากได้รับคำชมเชยจากคนอื่น เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความต้องการเป็นการกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกถึงความอยากได้ในสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ซึ่งสามารถเติมเต็มช่องว่างในจิตใจของมนุษย์ให้ได้รับความสุนทรีย์ภาพ และความพึงพอใจได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริการทางการท่องเที่ยว

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการไว้หลายทฤษฎี ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow

ทฤษฎีของ Maslow ได้จัดประเภทของความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ จากต่ำไปสูง คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ความต้องการมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ตัวอย่าง บัตรอเมริกาแอร์ชเพรสที่กล่าวว่า ความปลอดภัยก็คือการถือบัตรเครดิตไปต่างประเทศ ซึ่งไม่ต้องพกเงินสดไปต่างประเทศด้วย เป็นต้น
3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Need) เช่น ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้แก่ ของขวัญ ฎ.ค.ศ. เครื่องแบบ ดอกกุหลาบ เป็นต้น
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคม และมีชื่อเสียงในสังคม สินค้าที่สนอง

ความต้องการในด้านนี้ ได้แก่ บ้านที่หรูหรา รถยนต์ราคาแพง แหวนเพชร เพอร์นิเจอร์ราคาแพง เป็นต้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ก็จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถในการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้ ได้แก่ ลีोटเตอร์ วัลเลย์ คอลเลกชัน เครื่องสำอาง ปริญาบัตร เป็นต้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ 2546 : 209-211)

ทฤษฎีความต้องการของ Herzberg

ทฤษฎีความต้องการของ Herzberg เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจากนักวิชาการ ซึ่ง Herzberg และคณะได้พัฒนามาจากผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า ความพอใจในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานนั้นแตกต่างกัน การที่บุคคลมีความพอใจในการทำงานไม่ได้หมายความว่าเขาต้องมีแรงจูงใจในการทำงานเสมอไป ความพอใจในการทำงานจะมีผลให้บุคคลทำงานโดยไม่คิดจะลาออกจากงานหรือนักหยุดงาน แต่แรงจูงใจในการทำงานจะทำให้บุคคลทำงานด้วยความมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรมของพนักงานมี 2 ประเภทคือ ปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการจูงใจและปัจจัยสุขอนามัย (พูนศิริ วัจนะภูมิ 2543 : 151-154)

นอกจากนี้ ทฤษฎี Herzberg เน้นถึงรางวัลผลตอบแทน และผลการกระทำเพื่อบำบัดความต้องการของบุคคล โดยชี้ว่า มีปัจจัย 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งเกี่ยวข้องกับความพอใจในงาน และอีกกลุ่มหนึ่งเกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในงาน กลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพอใจนั้นถูกเรียกว่า ตัวจูงใจ (Motivators) ซึ่งได้แก่ ความสำเร็จ การเป็นที่ยอมรับ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า หรือการได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งงานที่ทำ และโอกาสที่จะพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้าต่อไป ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่ทำให้คนพอใจในงานของตน เป็นปัจจัยเกี่ยวกับเนื้อหางานเป็นหลัก สำหรับกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในงานนั้นเรียกว่า ปัจจัยสุขภาพ หรือปัจจัยอนามัย (Hygienic Factors) ซึ่งได้แก่ ค่าจ้างเงินเดือน การสอดคล้องบังคับบัญชา ความมั่นคงในงาน การบริหาร นโยบายองค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา) ปัจจัยพวกนี้เกี่ยวข้องกับลักษณะสภาพแวดล้อมของงาน ทฤษฎีของ Herzberg นี้เสนอว่า ปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มนี้เป็นคนละกลุ่มคนละประเภทกัน ตัวจูงใจเกี่ยวข้องกับความพอใจในงาน แต่ไม่เกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในงาน ส่วนปัจจัยอนามัยไม่เกี่ยวข้องกับความพอใจในงาน ดังนั้น หากจะจูงใจตัวคนงาน ผู้บริหารควรเน้นที่ตัวจูงใจ กล่าวคือ ควรมอบหมายงานที่มีผลให้เกิดความสำเร็จและความรับผิดชอบ

แต่อย่างไรก็ตามผู้บริหารจำเป็นต้องพยายามรักษาปัจจัยอนามัยเอาไว้ให้คงอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ทั้งนี้ เพื่อปกป้องไม่ให้เกิดความไม่พอใจ (ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์ 2536 : 445-446)

ทฤษฎีความต้องการของ Alderfer

ทฤษฎีความต้องการของ Alderfer เป็นความต้องการที่มีจำนวนน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow และเน้นถึงการทำให้เกิดความพอใจในความต้องการของมนุษย์ โดยไม่ได้คำนึงว่าความต้องการที่เกิดขึ้นของมนุษย์ จะเป็นไปตามลำดับขั้นเช่นเดียวกับทฤษฎีของ Maslow เพราะความต้องการหลายๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน เรียกว่า ทฤษฎี ERG (Existence-relatedness-growth Theory) โดยแบ่งความต้องการของบุคคลเป็น 3 ประการ คือ ความต้องการมีชีวิตอยู่ ความต้องการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น และความต้องการเจริญก้าวหน้า (สุชา จันทน์เอม 2545 : 103-104)

นอกจากนี้ ทฤษฎีความต้องการของ Alderfer ได้เสนอแนวคิดใหม่ว่าด้วยความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับแนวคิดของ Maslow แต่มีข้อแตกต่างกันอยู่ กล่าวคือ เขาเสนอว่าความต้องการของมนุษย์อาจถูกจับกลุ่มได้ 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. ความต้องการยังชีวิต (Existence Needs) ซึ่งได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ (บำบัดความหิว กระจาย กามารมณ์) และทางวัตถุ (ค่าจ้าง สภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน ฯลฯ)
2. ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) เป็นความปรารถนาจะมีสัมพันธภาพบางประการกับคนซึ่งมีความสำคัญต่อผู้ต้องการ เช่น สมาชิกในครอบครัว หัวหน้างาน เพื่อนฝูง ฯลฯ
3. ความต้องการเติบโต (Growth Needs) เป็นความต้องการที่จะสร้างสรรค์ที่จะก่อผลอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ใช้ความสามารถของตนให้เต็มกำลังสมรรถนะ และให้มีการพัฒนาตนเองต่อเนื่องไปเรื่อยๆ

แนวคิดว่าด้วยความต้องการเหล่านี้ เรียกสั้นๆ ว่า ERG ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากแนวคิดเรื่องลำดับขั้นความต้องการอย่างน้อย 2 ประการ คือ ประการแรก ไม่อ้างว่าความต้องการใดจะต้องได้รับการบำบัดก่อนอะไร เช่น คนเราไม่จำเป็นต้องบำบัดความต้องการในการยังชีวิต ก่อนที่จะเกิดความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น อย่างไรก็ตามหากมนุษย์ยังไม่บำบัดความต้องการยังชีวิต ความต้องการข้อนี้อาจมีมากกว่าความต้องการอย่างอื่นอีก 2 ประการ ก็คือ ยังคงมีความสำคัญสำหรับผู้ที่อยู่ ประการที่สอง ถึงแม้จะมีการบำบัดความต้องการอย่างหนึ่งแล้วก็ตาม ความต้องการอย่างนั้นก็คงเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญอยู่ต่อไป ถ้าหากว่ายังไม่มีการบำบัดความต้องการอย่างอื่น เช่น หากคนๆ หนึ่งได้มีความพอใจเรื่องความสัมพันธ์แล้ว แต่ยังผิดหวังเรื่องความต้องการเติบโต คนๆ นั้นก็อาจกลับมาที่มีความต้องการ

ด้านความสัมพันธ์ขึ้นมาอีก ดังนั้น ตามแนวคิดนี้ความต้องการหนึ่งๆ อาจไม่มีวันหยุดเป็นตัวกระตุ้นเลยก็ได้ (วรรณิ ลิ้มอักษร 2541 : 443-444)

ทฤษฎีความต้องการของ Murray

ทฤษฎีความต้องการของ Murray เป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดในเรื่องความต้องการ เช่นเดียวกับ Maslow โดยเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นผลมาจากกระบวนการทางร่างกาย จิตใจ และสิ่งแวดล้อม และได้จำแนกบุคคลออกตามความต้องการซึ่งเชื่อว่า ความต้องการเหล่านั้นมาจากการเรียนรู้มากกว่าการได้รับมรดกและถูกกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอก แบ่งได้เป็น 2 หลักใหญ่ๆ คือ ความต้องการขั้นต้น ได้แก่ อาหาร น้ำ ความต้องการทางเพศ และความต้องการขั้นสอง ได้แก่ ศักดิ์ศรี ความสัมพันธ์ ผลความรัก ความนับถือ การมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ฯลฯ (สุพรรณิ ของวิวัฒน์กุล 2542 : 249-252)

ทฤษฎีความต้องการของ McClelland

ทฤษฎีความต้องการของ McClelland เชื่อว่าความต้องการของคนมาจากการเรียนรู้มากกว่าอย่างอื่น และได้ทำการสำรวจความต้องการได้ 3 ประการคือ ความสำเร็จ ความเป็นมิตรกับผู้อื่น และอำนาจ (หลุย จำปาเทศ 2543 : 47-49) นอกจากนี้ ทฤษฎีความต้องการของ McClelland เน้นความต้องการประการหนึ่งคือ ความต้องการบรรลุความสำเร็จ โดยเขาชี้ให้เห็นความต้องการ 3 ประการ คือ

1. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for Achievement) เป็นความต้องการมีผลงานและบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา
2. ความต้องการสัมพันธ์ (Need for Affiliation) เป็นความต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น
3. ความต้องการอำนาจ (Need for Power) เป็นความต้องการมีอิทธิพลและการครอบงำผู้อื่น

มีผู้เรียกความต้องการข้างต้นทั้งหมดนี้ว่า ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Needs) เพราะได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรมรอบตัว และอาจเกิดจากการอบรมสั่งสอนก็ได้ ถึงแม้จะระบุความต้องการไว้ 3 ประการ แต่ McClelland ให้ความสำคัญความต้องการประสบความสำเร็จไว้เป็นสำคัญ บุคคลที่มีความต้องการบรรลุความสำเร็จนี้มีลักษณะดังต่อไปนี้ (อรุณ รักธรรม 2536 : 444-445) คือ

1. กำหนดเป้าหมายระดับค่อนข้างยากให้กับตนเอง แต่เป็นเป้าหมายที่บรรลุได้
 2. ชอบแก้ไขปัญหามากกว่าจะปล่อยให้แล้วแต่บุญแต่กรรมหรือแล้วแต่โอกาส สนใจทำให้บรรลุตามเป้าหมายมากกว่าสนใจผลรางวัลตอบแทนที่อาจได้รับ

3. ชอบสถานการณ์ที่ตนได้รับทราบผลการทำงานของตนอย่างถูกต้อง สม่่าเสมอ
 จากการศึกษาทฤษฎีความต้องการของนักวิชาการต่างๆ พบว่า ความต้องการทั้ง 3 กลุ่มของ Alderfer คล้ายกับความต้องการของ Maslow และ Herzberg ถ้าเทียบกันแล้วจะเป็นดังนี้ คือ

1. ความต้องการที่จะคงอยู่ คล้ายกับความต้องการทางสรีระและความต้องการความปลอดภัยของ Maslow และคล้ายกับปัจจัยที่ทำให้สุขภาพดีของ Herzberg

2. ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ คล้ายกับความต้องการทางสังคมและความต้องการการยกย่องของ Maslow และคล้ายกับส่วนที่อยู่กลางๆระหว่างปัจจัยที่ทำให้สุขภาพดีกับปัจจัยที่ใช้เป็นตัวจูงใจของ Herzberg

3. ความต้องการที่จะเจริญเติบโต คล้ายกับความต้องการการยกย่อง และความต้องการบรรลุสิ่งสูงสุดของชีวิตของ Maslow และคล้ายกับปัจจัยที่ใช้เป็นตัวจูงใจของ Herzberg

ส่วนความแตกต่างระหว่าง ทฤษฎี ERG ของ Alderfer กับทฤษฎีของ Maslow และ Herzberg มีดังต่อไปนี้

1. Alderfer จัดกลุ่มความต้องการทั้ง 3 กลุ่มข้างต้นเป็นแนวต่อเนื่องไม่แยกประเภท ความต้องการออกจากกันชัดเจนเหมือนกับ Maslow และ Herzberg

2. Alderfer ไม่ได้ยืนยันว่า ความต้องการขั้นต่ำจะได้รับการบรรลุก่อน แล้วจึงเกิดความต้องการขั้นสูง หรือว่าไม่ใช่จะมีเพียงการขาดแคลนเท่านั้นที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการ เช่น พื้นฐานทางจิตใจของบุคคลหรือสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม อาจจะเป็นตัวบังคับให้คนเกิดความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับคนอื่น (ความต้องการขั้นกลาง) ก่อนในขณะที่ความต้องการที่จะคงอยู่ (ความต้องการขั้นต่ำ) ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

3. ในขณะที่ Maslow อธิบายว่า เมื่อความต้องการขั้นต้นบรรลุแล้ว คนก็จะมีความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้นเรื่อยๆ Alderfer อธิบายเพิ่มเติมว่า ในทางกลับกัน ถ้าความต้องการขั้นสูงไม่บรรลุ คนก็จะไม่สมหวัง จะเกิดความคับข้องใจ และลดลำดับขั้นของความต้องการลง เช่น เมื่อไม่สมหวังกับความต้องการที่จะเจริญเติบโต คนก็จะลดความต้องการลงเหลือเป็นลำดับขั้นความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ เมื่อไม่สมหวังกับความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ ก็จะลดความต้องการลงอีกเหลือเพียงลำดับขั้นความต้องการที่จะคงอยู่ คราวนี้ถ้าความต้องการที่จะคงอยู่สมหวัง ก็จะเกิดความ

พอใจ และค่อยๆ เหยิบความต้องการไปสู่ลำดับขั้นสูงไปใหม่ Alderfer เรียกกระบวนการที่ความต้องการประสบความสำเร็จสมหวังว่า กระบวนการของความพอใจและการก้าวหน้า ขณะเดียวกันจะมีอีกกระบวนการหนึ่งคู่กัน คือ กระบวนการที่ความต้องการไม่สมหวัง ซึ่งเรียกว่า กระบวนการของความคับข้องใจและการถดถอย

4. ขณะที่ทฤษฎีของ Maslow เน้นว่าในเวลาหนึ่ง บุคคลจะมีความต้องการอย่างหนึ่ง Alderfer กลับเน้นว่ามีความต้องการหลายอย่างจูงใจมนุษย์อยู่ในเวลาเดียวกัน ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ทฤษฎีของ Alderfer มีความยืดหยุ่นมากกว่าทฤษฎีของ Maslow และมีข้อจำกัดน้อยกว่าทฤษฎีของ Maslow ด้วย (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ 2530 : 93-95)

จากการศึกษาทฤษฎีความต้องการต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความต้องการหมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกถึงความอยากได้ในสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความอยากหรืออยากเห็นของตนเอง ซึ่งสามารถเติมเต็มช่องว่างในจิตใจของมนุษย์ให้ได้รับความสุนทรีย์ภาพและความพึงพอใจได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยทฤษฎีความต้องการของนักวิชาการต่างๆ มีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันไปบ้าง แต่ทฤษฎีที่ผู้วิจัยเห็นว่าจะสามารถนำไปปรับใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ที่กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์มีความต้องการหลายประการ และเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด มีความสำคัญแตกต่างกันจึงจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ โดยจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือความสำคัญมากกว่าก่อน เมื่อได้สิ่งที่ต้องการมาสนองความต้องการแล้วความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไปและจะเริ่มสนใจในความสำคัญของสิ่งอื่นต่อไป ซึ่งสามารถนำมาใช้กับความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ในขั้นของความต้องการความสำเร็จในชีวิต กล่าวคือ เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคลที่สามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้ ก็ยังเกิดความต้องการที่อยากจะเดินทางท่องเที่ยวโดยมีมัคคุเทศก์คอยอำนวยความสะดวกให้ในระดับหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

จิตตินันท์ เคะหะคุปต์ (2540 : 127) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายโดยทั่วๆ ไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคล ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Consumer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการ ดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาด จะพบ นิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 นัย ดังนี้

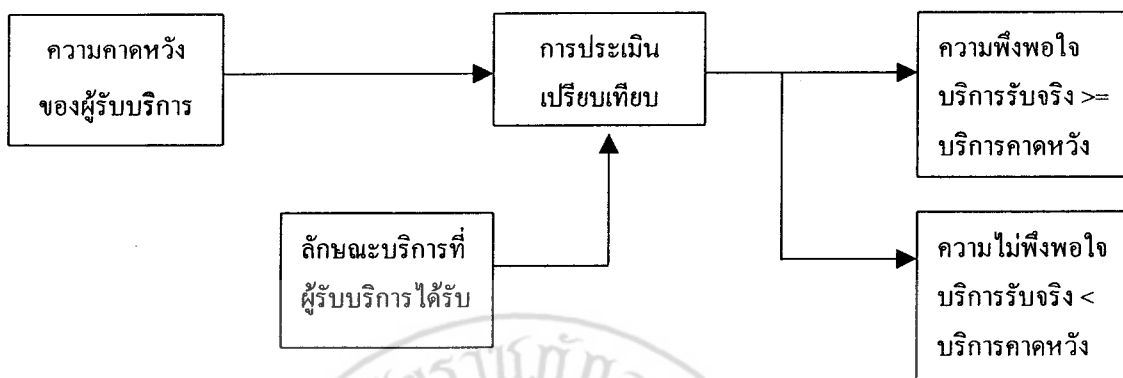
1.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง มักพบ ใช้ในงานวิจัยตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

1.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมาย ของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์ หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของ ลูกค้าย่างต่อเนื่อง

สำหรับความหมายที่พบใช้อย่างแพร่หลาย (Oiver 2000 : 198, อ้างถึงใน จิตตินันท์ เคะหะคุปต์ 2540 : 40) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออก ที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจน ได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวัง ของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางลบ ที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังแผนภูมิที่ 2.2

สถานการณ์ก่อนซื้อ

สถานการณ์หลังซื้อ



แผนภูมิที่ 2.2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ

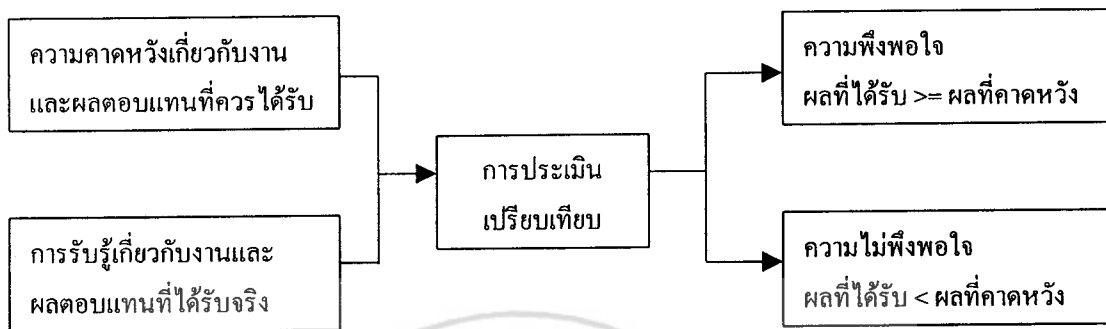
ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์ 2540 : 40

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์การ ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงาน มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในงานไว้ ดังนี้

Cranny and others (2001 : 452) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึกต่องานอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบส่วนต่างของผลตอบแทนที่ได้รับจริงกับผลตอบแทนที่ปรารถนาหรือคาดว่าจะได้รับ นอกจากนี้ยังกล่าวอีกว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์และผลตอบแทน (ได้แก่ ลักษณะงาน อัตราค่าจ้าง โอกาสก้าวหน้า และผลประโยชน์) ที่ได้รับจากงานในระดับที่เป็นไปตามความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ ในทางตรงข้าม ความไม่พึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ และผลตอบแทนที่ได้รับจากงานในระดับที่ต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ

ดังแผนภูมิที่ 2.3

สถานการณ์การทำงาน



แผนภูมิที่ 2.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์ 2540 : 41

Locke (2001 : 126) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงออกทางอารมณ์ในทางบวกอันเป็นผลมาจากคุณค่าที่ได้รับจากงานและประสบการณ์ในการทำงานของบุคคลหนึ่ง

Porter (2002 : 136) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่องานและประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างปริมาณของคุณค่าผลตอบแทนที่ได้รับกับผลตอบแทนที่บุคคลคาดหวังไว้ว่าจะได้รับ

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจทั้งสองลักษณะข้างต้นมีความหมายเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในสถานการณ์การบริการให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจในการบริการ โดยทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการมีความรู้สึกในทางบวก อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบหลังจากที่ได้รับจริงในระดับที่สอดคล้องหรือมากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ในสถานการณ์การบริการที่เกิดขึ้นย่อมก่อให้เกิดผลดีต่อกิจการบริการนั้น ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีคฤหาสน์ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นผู้ให้บริการ และนักท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนเป็นผู้รับบริการ

การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นเป้าหมายสูงสุดของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวที่จะต้องพยายามสร้างและรักษาไว้ให้นานที่สุด เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทางการท่องเที่ยว (เสงี่ยม นุญรัตน์ 2545 : 49)

1. องค์ประกอบในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - 1.1 การปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทแรงกาย แรงใจ กระตือรือร้น มุ่งมั่นในการปฏิบัติหน้าที่
 - 1.2 การแสดงตัวหรือปรากฏกายที่น่าเชื่อถือ สุภาพ เรียบร้อย อดทน น่าประทับใจ
 - 1.3 การมีทักษะที่ดีในการติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจกับผู้ที่เป็นลูกค้า
 - 1.4 มีความสามารถในการระบุความต้องการของลูกค้าและตอบสนองได้อย่างถูกต้อง
2. วิธีการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า สามารถทำได้โดย
 - 2.1 การจัดเตรียมบริการที่เป็นเลิศไว้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น
 - 2.1.1 ความสะอาดสบาย
 - 2.1.2 การให้ความช่วยเหลือ แนะนำ
 - 2.1.3 การให้บริการที่มีลักษณะพิเศษ
 - 2.1.4 การให้สิทธิพิเศษ
 - 2.2 การติดตามผลการให้บริการ เช่น
 - 2.2.1 การรับฟังคำติชม ข้อร้องเรียนของนักท่องเที่ยว
 - 2.2.2 การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวให้เรียบร้อย
 - 2.2.3 การเอาใจใส่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา
 - 2.3 การพัฒนา ปรับปรุง ฝึกฝนตนเองเสมอ เช่น
 - 2.3.1 การเข้ารับการพัฒนาและฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของตนเอง
 - 2.3.2 การยึดมั่นในคุณธรรม และจริยธรรม
 - 2.3.3 การมีความซื่อสัตย์
 - 2.4 สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ประกอบด้วย
 - 2.4.1 การมีปัญหากับการบริการ เช่น อุบัติเหตุเกี่ยวกับยานพาหนะ การไม่ตรงต่อเวลา

มาตรฐาน

2.4.2 คุณภาพของสินค้าและบริการแตกต่างไปจากที่ระบุในสัญญาต่ำกว่า

2.4.3 ความไม่คุ้นเคยเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม

2.4.4 รสชาติอาหาร

2.4.5 ระบบรักษาความปลอดภัยไม่ได้มาตรฐาน

2.4.6 ปัญหาการสื่อสารกับพนักงานบริการ

2.4.7 ปัญหาเรื่องสุขภาพ

การให้บริการของมัคคุเทศก์

Lovelock (1996 : 725) ได้กล่าวถึงการให้บริการของมัคคุเทศก์ไว้ดังนี้

1. การบริการก่อนนำเที่ยว

1.1 ศึกษารายละเอียดของนักท่องเที่ยว เพื่อจัดเตรียมกิจกรรมการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.2 จัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวให้เรียบร้อย

1.3 รับนักท่องเที่ยว ณ จุดรับเข้าและตรวจเก็บ Voucher ตลอดจนนำนักท่องเที่ยว

ไปส่งที่พักพร้อมดูแล Check in

1.4 แจกข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดการเดินทางท่องเที่ยว

1.5 บริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย สถานที่สำคัญและน่าสนใจ ที่พักแรมและบริการต่างๆ ที่จัดให้ พร้อมทั้งนัดหมายวันเวลาในแต่ละวัน

2. การบริการระหว่างการนำเที่ยว

2.1 ดูแลตรวจสอบจำนวนนักท่องเที่ยวให้ครบ เพื่อสร้างความสบายใจและความรู้สึกปลอดภัย มั่นคง ให้นักท่องเที่ยว

2.2 บริการเครื่องดื่ม อาหารว่างในขณะนำเที่ยว และอาหารในมือที่ตกลงกันได้

2.3 บริการของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม

2.4 ให้ความบันเทิง ความสะดวกสบาย ทั้งบนรถและการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว

2.5 บริการดูแลสัมภาระของนักท่องเที่ยว

2.6 บริการด้านการช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวและดูแลสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

3. การบริการหลังการนำเที่ยว

3.1 บริการดูแลการคืนที่พัก (Check-out)

3.2 บริการรับ-ส่ง ที่พัก และสนามบิน หรือสถานีขนส่งในการเดินทางกลับ

3.3 ติดตามเยี่ยมเยียนคณะนักท่องเที่ยวหรือตัวแทนนำเที่ยว โดยผ่านบริษัทตัวแทนนำเที่ยว หรือติดต่อโดยตรงทางไปรษณีย์ โทรศัพท์ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต

3.4 กล่าวคำขอบคุณ คำอำลา และคำอวยพรให้นักท่องเที่ยว

จากการทบทวนแนวคิดความพึงพอใจในการบริการสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเป็นภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายสูงสุดของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวที่จะต้องพยายามสร้างและรักษาไว้ให้นานที่สุด

แนวคิดและหลักการมัคคุเทศก์

ความหมายและความสำคัญของมัคคุเทศก์

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และวิลาสวงศ์ พงสะบุตร (2540 : 44-45) ได้จำแนกความสำคัญของมัคคุเทศก์ออกเป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

1.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ย่อมมีความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงต้องให้ความรู้ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

1.2 การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ต้องการพักผ่อนหาความเพลิดเพลิน สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่มัคคุเทศก์มีต่อนักท่องเที่ยวคือ การสร้างบรรยากาศในการนำเที่ยวให้มีชีวิตชีวา ผ่อนคลายความเบื่อหน่าย

1.3 โดยธรรมชาติของนักท่องเที่ยว มักต้องการความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต้องอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งการช่วยเหลือหรือแก้ไขปัญหาดังๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการนำเที่ยวด้วย

1.4 สวัสดิภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่มัคคุเทศก์ต้องรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้น มัคคุเทศก์ต้องคอยคัดค้านนักท่องเที่ยวในสิ่งที่ควรระมัดระวัง

2. ความสำคัญต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังที่ได้กล่าวแล้วว่ามัคคุเทศก์เป็นผู้ที่ให้ข้อมูล ความรู้ต่างๆ รวมทั้งคอยคัดค้านนักท่องเที่ยวประกอบกับทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ เป็นสิ่งที่จะต้องถนอมรักษาไว้ หากทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้หมดสิ้นไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์ก็ย่อมสูญสลายไปด้วย ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการชักชวนให้นักท่องเที่ยวร่วมอนุรักษ์ไม่ทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น รวมทั้งไม่กระทำการสิ่งผิดกฎหมายหรือขัดต่อศีลธรรม

3. ความสำคัญต่อประเทศชาติ มัคคุเทศก์มีความสำคัญต่อประเทศชาติ ในด้านการสร้างภาพพจน์ที่ดีของประเทศให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในประเทศไทย และเดินทางมาเยือนซ้ำ หรือเผยแพร่ภาพพจน์ที่ดีแก่เพื่อนฝูง ญาติมิตรของเราให้ทราบต่อไป นอกจากนี้มัคคุเทศก์ยังสามารถให้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถาบันต่างๆ ของชาติได้อย่างถูกต้องด้วย สถานภาพของอาชีพมัคคุเทศก์ในปัจจุบันมีความสำคัญยิ่งต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศในการรักษาให้คงอยู่ต่อไป จึงควรมีการยกระดับคุณภาพและการศึกษาของมัคคุเทศก์ให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังควรได้รับความร่วมมือของผู้ประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ทุกคนเพื่อที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสามารถคงอยู่และเจริญเติบโตต่อไป

สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ (2543 : 3) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของมัคคุเทศก์ไว้ว่า มัคคุเทศก์เป็นผู้มีความสำคัญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าบุคลากรอื่นๆ เนื่องจากเป็นผู้ที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนคอยชี้แนะ อธิบายสิ่งต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบตามธรรมดา นักท่องเที่ยวย่อมเป็นคนแปลกหน้าในท้องถิ่น ไม่นับเคยถึงสถานที่และผู้คน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ถ้าหากนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ตามลำพัง โดยไม่มีมัคคุเทศก์คอยช่วยเหลือ ย่อมเกิดความยากลำบากหรือได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่คุ้มกับเวลา และเงินทองที่เสียไป ฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องการมัคคุเทศก์เป็นผู้นำทางให้ ยิ่งเป็นการเดินทางที่ต่างถิ่นมากเท่าใด ความจำเป็นในการต้องการมัคคุเทศก์ก็จะยิ่งมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการมีมัคคุเทศก์จะช่วยให้ นักท่องเที่ยว

1. ท่องเที่ยวได้ทั่วถึงมากกว่า ไม่ละเลยสิ่งที่สำคัญๆ
2. เข้าใจเรื่องราว ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ และพงศาวดารได้ถูกต้องมากกว่า
3. คำนวณระยะเวลาที่จะใช้ในการท่องเที่ยวได้แน่นอนกว่า
4. ได้รับความสะดวกสบายและท่องเที่ยวด้วยความปลอดภัยมากกว่า

5. ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวมากกว่า
6. ประหยัดงบประมาณการท่องเที่ยวได้มากกว่า
7. ไม่ต้องผจญภัยกับปัญหาต่างๆ เช่น การสื่อสารทำความเข้าใจ การติดต่อเพื่อเข้าชมสถานที่ต่างๆ และการเลือกใช้นานพาหนะ เป็นต้น

สุภาพร มากแจ้ง (2544 : 53-63) อธิบายแนวคิดและหลักการมัคคุเทศก์ไว้ว่า มัคคุเทศก์เป็นคำสมาสของคำ มคค (ทาง) กับ อุทเทศก (ผู้ชี้นำ) แปลตามศัพท์ว่า ผู้นำทาง ใ้หมายถึง ผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า guide, tourist guide, courier หรือ tour leader โดยปกติคำว่า guide หรือ tourist guide ใ้หมายถึง มัคคุเทศก์ที่ทำหน้าที่นำชมสถานที่ต่างๆ ส่วน courier และ tour leader ใ้กับมัคคุเทศก์ที่คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในด้านการนำเที่ยว การพักผ่อน และการเดินทาง ปัจจุบันคำทั้งสี่ใช้แทนกันได้ เนื่องจากมัคคุเทศก์ในปัจจุบันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้นำเที่ยวและผู้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้านการพักผ่อน อาหาร และการเดินทางด้วย

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์เป็นผู้ที่ทำหน้าที่นำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเป็นผู้ที่คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้านการพักผ่อน อาหารและการเดินทางด้วย โดยมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดอรรถรสในการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงอยู่ต่อไปและมีความสำคัญต่อประเทศชาติในการสร้างภาพพจน์ที่ดีของประเทศใ้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความประทับใจและเดินทางมาท่องเที่ยวอีกต่อไป

ความเป็นมาของมัคคุเทศก์

อาชีพมัคคุเทศก์เริ่มขึ้นเมื่อมีการนำเที่ยวเป็นกลุ่มของบริษัทการท่องเที่ยวต่างๆ ในทวีปยุโรป ได้เริ่มมีการนำเที่ยวเป็นกลุ่มตั้งแต่ประมาณกลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อบริษัทโทมัส คูก (Thomas Cook) จัดนำเที่ยวโดยทางรถไฟในประเทศอังกฤษและต่อมาได้ขยายไปในที่อื่นๆ ด้วย ซึ่งการนำเที่ยวใ้แก่คนเป็นจำนวนมากเช่นนี้ จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์คอยดูแลอำนวยความสะดวกใ้ นอกจากนี้ตามสถานที่สำคัญต่างๆ ที่มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเสมอๆ ก็มักจะจัดหาคนที่มีความรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่นั้นไว้คอยอธิบายใ้แก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2541 : 2)

สำหรับประเทศไทย อาชีพมัคคุเทศก์เพิ่งมาแพร่หลายมากขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อมีชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ

และผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการทหาร สงครามเวียดนามมีผลให้ทหารอเมริกันเป็นจำนวนมากเข้ามาในประเทศไทยทั้งที่มาอยู่ประจำและที่มาพักผ่อนจากการรบ ซึ่งก็เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีบริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากและขยายตัวมากขึ้นตามลำดับ แม้สงครามเวียดนามจะสิ้นสุดลงแล้วก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ยังคงมีมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง นอกจากจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นแล้ว นักท่องเที่ยวยังประกอบด้วยคนเชื้อชาติต่างๆ ทั้งชาวยุโรป อเมริกัน อเมริกาใต้ ออสเตรเลีย และเอเชีย ทำให้เกิดความต้องการมัคคุเทศก์ที่รู้ภาษาต่างประเทศอื่นๆ นอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน สเปน อิตาลี เยอรมัน ญี่ปุ่น และภาษาจีน เป็นต้น

ระยะเริ่มแรกที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ในประเทศไทยนั้น สถานภาพของอาชีพมัคคุเทศก์ก็ยังไม่เป็นที่รับรองกัน ผู้ที่เข้ามาอยู่ในวงการมัคคุเทศก์ก็ไม่จำเป็นต้องมีความรู้สูงก็ได้เพียงแต่มีความรู้ภาษาอังกฤษพอพูดได้ก็อาจเป็นมัคคุเทศก์ได้ จนกระทั่งเมื่อได้มีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ขึ้นใน พ.ศ.2502 แล้วจึงได้เริ่มพัฒนาสถานภาพของมัคคุเทศก์ด้วยการจัดอบรมมัคคุเทศก์ขึ้นที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นแห่งแรกใน พ.ศ.2504 และได้กระทำต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันรวมทั้งได้ขยายการอบรมไปยังสถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาคด้วย นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพขึ้น เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2518 เพื่อเป็นศูนย์กลางของผู้ที่ประกอบอาชีพได้มาประชุมพบปะกัน (มหาวิทยาลัยศิลปากร 2540 : 29)

ในปัจจุบันมีการกำหนดโดยทางอ้อมที่บังคับให้ผู้ที่จะเข้ามาประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้พื้นฐานพอสมควร นอกเหนือจากความรู้ภาษาต่างประเทศในขั้นใช้งานได้ การกำหนดโดยทางอ้อมนี้ได้แก่

ประการแรก มีการแข่งขันในตลาดอาชีพมัคคุเทศก์มากขึ้น ผู้ที่มีความรู้สูงจึงได้เปรียบในการหางานมากกว่าผู้ที่มีความรู้น้อย

ประการที่สอง บริษัทนำเที่ยวมักจะเลือกจ้างผู้ที่ผ่านการอบรมวิชามัคคุเทศก์จากสถาบันการศึกษาที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมจัดอบรมด้วย เป็นการกระตุ้นให้ผู้ที่จะเข้ามาอยู่ในวงการมัคคุเทศก์ต้องขวนขวาย ขอเข้ารับการอบรมก่อนสมัครงาน

ประการที่สาม สถานที่ท่องเที่ยวทางราชการบางแห่ง (โดยเฉพาะพระบรมมหาราชวัง และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม) มีการควบคุมมัคคุเทศก์ว่าจะต้องผ่านการอบรมแล้วจึงจะอนุญาตให้นำนักท่องเที่ยวเข้าไปชมสถานที่ได้

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มัคคุเทศก์ที่ไม่ได้ผ่านการอบรมเกิดความไม่สะดวกในการปฏิบัติงาน ข้อกำหนดต่างๆ เหล่านี้เป็นผลให้มีการส่งเสริมสถานภาพของมัคคุเทศก์ให้สูงขึ้นกว่าเดิม ในปัจจุบัน กล่าวได้ว่าอาชีพมัคคุเทศก์เป็นอาชีพที่มีรายได้ดี แต่ผู้ที่เข้ามาประกอบอาชีพนี้ก็ต้องมีคุณสมบัติและความสามารถสูงพอสมควรด้วย (สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ 2543 : 3-5) นอกจากนี้อาชีพมัคคุเทศก์ยังเป็นอาชีพสงวนสำหรับคนไทยอาชีพหนึ่งใน 39 อาชีพ ตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกากำหนดงานในอาชีพและวิชาชีพห้ามคนต่างด้าวทำ พ.ศ.2522 และตามพระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2521

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์เริ่มขึ้นเมื่อมีการนำเที่ยวเป็นกลุ่มของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ในทวีปยุโรป สำหรับประเทศไทยอาชีพมัคคุเทศก์เริ่มแพร่หลายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก สถานภาพของมัคคุเทศก์อาชีพเริ่มจากการจัดการอบรมมัคคุเทศก์ขึ้นเป็นครั้งแรกที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และในปัจจุบันได้มีการกำหนดให้ผู้ที่จะเข้ามาประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้พื้นฐานทั้งภาษาต่างประเทศและความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยได้รับบัตรอนุญาตประกอบอาชีพจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คุณสมบัติและความสามารถของมัคคุเทศก์

คุณสมบัติของมัคคุเทศก์

บุปผา คุมาภานนท์ (2537 : 252) อธิบายถึงคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ว่า มัคคุเทศก์คือผู้นำเที่ยว งานของมัคคุเทศก์จึงจัดเป็นงานบริการ ดังนั้น คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ก็คือคุณสมบัติของผู้ให้บริการนั่นเอง โดยทั่วไปมัคคุเทศก์ที่ดีควรมีคุณสมบัติต่อไปนี้

1. มีมนุษยสัมพันธ์ดี

มนุษยสัมพันธ์ (Relationship) ได้แก่ ความสามารถในการสร้างความประทับใจและการผูกมิตรกับผู้อื่น บุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีมักเป็นบุคคลที่มีลักษณะ ดังนี้

- 1.1 มองโลกในแง่ดี มีความสุจริตใจ
- 1.2 สดชื่น ร่าเริง มีอารมณ์ขัน
- 1.3 มีน้ำใจ พร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ ยินดีที่ได้เห็นผู้อื่นมีความสุข
- 1.4 มีความเอื้อเฟื้อ รู้จักอาหารห่วยใยผู้อื่น
- 1.5 มีอัธยาศัย ไม่ก้าวร้าว ไม่สำคัญคนว่าเด่นเหนือผู้อื่น

2. มีบุคลิกภาพดี

บุคคลที่มีบุคลิกภาพดีมีลักษณะดังนี้

- 2.1 มีพละนามัยสมบุรณ์ ร่างกายสมส่วน ไม่อ้วนหรือผอมจนเกินไป
- 2.2 มีความคล่องแคล่วว่องไว กระฉับกระเฉง สดชื่นแจ่มใส
- 2.3 มีอารมณ์มั่นคง เขือกเย็น ไม่หวั่นไหวง่าย เจริญสถานการณ์ต่างๆ

อย่างสงบ สุขุม

2.4 เอาใจใส่ดูแลความสะอาดของร่างกายอย่างทั่วถึง ไม่ปล่อยให้เกิดคราบหรือกลิ่นอันพึงรังเกียจ

2.5 แต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ

2.6 กิริยามารยาทอ่อนโยน

2.7 วาจาสุภาพ อ่อนหวานไพเราะ

มัคคุเทศก์ที่มีบุคลิกภาพดี จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจ ยินดีให้เป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยว และแน่ใจว่าจะได้รับความเพลิดเพลินและความรู้ที่ถูกต้อง มีค่าควรแก่ความทรงจำ นอกจากนี้ ละเอียต ศิลาน้อย (2543 : 119) ได้กล่าวถึงมัคคุเทศก์ไว้ว่า จะต้องเป็นบุคคลที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งสามารถขายความพิเศษได้จากตัวเอง เช่น เป็นผู้ที่ขายความคิด ประสบการณ์ ขายความประทับใจ ขายความพึงพอใจให้กับลูกค้า และคุณลักษณะเหล่านี้จะสามารถช่วยให้มัคคุเทศก์แก้ปัญหาที่ประสบอยู่บ่อยๆ เช่น ปัญหาการปรับตัวเมื่อพบปะเจอะเจอนักท่องเที่ยวมากมายหลายประเภทแตกต่างกันไปต่างๆ นานา ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกันเฉพาะตัว มัคคุเทศก์ต้องสังเกตเอาเองให้ชัดเจน

3. มีความรู้ดี

บุคคลที่มีความรู้ดีจะต้องประกอบด้วยลักษณะต่อไปนี้

3.1 สนใจสิ่งรอบตัว

3.2 ช่างสังเกต

3.3 รักการค้นคว้า

3.4 เป็นนักอ่าน

3.5 เป็นนักฟัง

3.6 มีความจำดี

3.7 รู้จักวิเคราะห์แยกแยะเหตุผลข้อเท็จจริงและความคิดเห็น

นักคุเทศก์ที่มีความรู้จะช่วยให้นักท่องเที่ยว ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวคุ้มกับเงินและเวลาที่เสียไป

4. มีวาทศิลป์

บุคคลที่มีวาทศิลป์มีลักษณะดังนี้

4.1 มีน้ำเสียงชัดเจน แจ่มใส ชวนฟัง

4.2 มีจังหวะและลีลาการพูดเหมาะสม

4.3 ใช้ระดับของภาษาได้เหมาะกับผู้ฟัง

4.4 ใช้ภาษาถูกต้อง สื่อความหมายได้ชัดเจนตรงประเด็น

4.5 มีลำดับการพูดดี เข้าใจง่าย

4.6 สามารถเร้าความสนใจของผู้ฟังและทำให้ติดตามฟังจนจบโดยไม่เบื่อหน่าย

นักคุเทศก์ที่มีวาทศิลป์จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ทำให้การท่องเที่ยวไม่น่าเบื่อหน่าย

5. มีความรักงาน

ความรักงานเป็นหัวใจของการทำงาน บุคคลที่มีความรักงาน จะมีความกระตือรือร้นที่จะทำงาน มีความสุขในการทำงาน ทำให้งานนั้นมีประสิทธิภาพ นักคุเทศก์ที่มีความรักงาน จะรักที่จะให้ความดูแลนักท่องเที่ยว รักที่จะอธิบาย กระตือรือร้นที่จะนำนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่แปลกใหม่ ยินดีที่จะหยิบยื่นประสบการณ์ที่ดีที่มีค่าแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และรักที่จะค้นคว้าหาความรู้ เพื่อให้ผลงานของตนมีประสิทธิภาพ และพอใจที่จะพัฒนางานของตน นอกจากนี้ ศิริพร สุขธร (2545 : 161-163) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่ดีของนักคุเทศก์ไว้ว่า นักคุเทศก์ต้องมีบุคลิกภาพดี อันประกอบด้วย มีกิริยามารยาทดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความสงบเสงี่ยม มีความเป็นตัวของตัวเอง และกล้าหาญ มีความคล่องแคล่วว่องไว มีความร่าเริง มองโลกในความเป็นจริง มีความเมตตา กรุณา เอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ โอบอ้อมอารี มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพนักคุเทศก์ มีวินัยในตนเอง มีพละทานมัชฌมบูรณ์ และแต่งกายให้เหมาะสมกับกาลเทศะ เป็นต้น ต่อมาก็ต้องมีความรู้ดี มีศิลปะในการพูด ความรักงาน และความสามารถในการใช้ภาษาเป็นอย่างดีอีกด้วย

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า นักคุเทศก์ควรเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติของผู้ให้บริการที่ดีในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ การมีบุคลิกภาพที่ดี การมีความรู้ดี การมีวาทศิลป์ที่ดี และการมีความรักในอาชีพของตนเอง

ความสามารถของมัคคุเทศก์

กุลวรา สุวรรณพิมล (2540 : 79) อธิบายถึงความสามารถของมัคคุเทศก์ว่า นอกเหนือจากคุณสมบัติทั้ง 5 ประการดังกล่าวแล้ว มัคคุเทศก์ยังต้องมีความสามารถที่จะทำให้คุณสมบัตินั้นเด่นชัดเป็นที่ประจักษ์ ความสามารถของมัคคุเทศก์ประกอบด้วย

1. ความสามารถด้านภาษา

โดยเหตุที่งานของมัคคุเทศก์เป็นงานที่ต้องใช้ภาษาเป็นหลัก โดยเฉพาะภาษาพูด มัคคุเทศก์จึงต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาแม่ของตนและภาษาต่างประเทศอื่นๆ อยู่ในเกณฑ์ดี คือสามารถที่จะสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่วและถูกต้องตามระเบียบการใช้ภาษา ความสามารถด้านภาษาจะเป็นคุณสมบัติสำคัญในการพิจารณารับมัคคุเทศก์เข้าทำงาน ดังหลักเกณฑ์การรับมัคคุเทศก์เข้าทำงานในสังกัดบริษัททิทแฮล์มที่กำหนดว่า เนื่องจากงานของมัคคุเทศก์ต้องใช้ภาษาต่างประเทศเป็นหลักในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และงานด้านนี้ขึ้นอยู่กับภาษาพูดเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการรับสมัครจึงต้องพิจารณาการพูดภาษาเป็นหลักสำคัญ พร้อมกับมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้ (บริษัททิทแฮล์ม 2536 : 17-18)

- 1.1 ผู้ที่เคยผ่านการเป็นมัคคุเทศก์มาก่อน และมีความสามารถในการปฏิบัติงานอยู่ในขั้นมาตรฐานแล้ว
- 1.2 ผู้ที่จบการศึกษาจากต่างประเทศไม่ว่าสาขาใดๆ ก็ตาม แต่ผู้นั้นต้องรอบรู้เรื่องภาษา เช่น พูด อ่าน เขียน และฟังเข้าใจเป็นอย่างดี
- 1.3 ผู้ที่ผ่านการอบรมวิชามัคคุเทศก์จากสถาบันต่างๆ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมจัดอบรมด้วย
- 1.4 ผู้ที่จบการศึกษาจากสาขาวิชาการท่องเที่ยวทั้งจากของรัฐและเอกชน
- 1.5 ผู้ที่มีความสามารถในการพูด ฟัง และเข้าใจในภาษาต่างประเทศ (ไม่จำกัดว่าจบการศึกษาในประเทศหรือต่างประเทศ)
- 1.6 บุคลิกภาพของผู้สมัครเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่จะต้องพิจารณามัคคุเทศก์ที่มีความสามารถด้านภาษาและมีวาทศิลป์จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความสามารถด้านวิชาการ

ความสามารถด้านวิชาการ ได้แก่ ความรู้ที่มัคคุเทศก์ต้องใช้เพื่อการประกอบอาชีพ คือ

2.1 ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา สถาปัตยกรรม ลักษณะทางกายภาพ การเข้าถึง ที่พักแรม กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ

2.2 ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย เช่น ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ขนบประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา ความเชื่อ ธรรมเนียมจารีต อาหารการกิน การเมืองการปกครอง ฯลฯ

2.3 ความรู้รอบตัวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่างๆ กับเงินไทย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาติต่างๆ เหตุการณ์โลกปัจจุบัน อัตราค่าที่พักและบริการต่างๆ ของโรงแรม ระเบียบพิธีทางศุลกากร แหล่งเริงรมย์ และแหล่งซื้อสินค้าต่างๆ ตลอดจนการปฐมพยาบาล เป็นต้น

3. ความสามารถด้านการนำเที่ยว

ความสามารถด้านการนำเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของอาชีพมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์แม้จะมีคุณสมบัติครบทั้ง 5 ประการ มีความสามารถในการใช้ภาษา และมีความสามารถด้านวิชาการเป็นอย่างดี แต่หากขาดความสามารถด้านการนำเที่ยวก็ไม่อาจประสบความสำเร็จในอาชีพได้ มัคคุเทศก์ที่มีความสามารถด้านการนำเที่ยว จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน ประกอบด้วยสาระความรู้และการพักผ่อนอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกรำคาญหรือเบื่อหน่ายเพราะถูกเร่งรัดและเบื่อหน่ายเพราะถูกขัดเคืองด้วยความรู้จนเกินความจำเป็น หรือเบื่อหน่ายเพราะมัคคุเทศก์ขาดความรู้ไม่สามารถสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ความสามารถด้านการนำเที่ยวประกอบด้วย

3.1 ความสามารถในการจัดเวลา มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถคำนวณเวลาในการนำเที่ยวแต่ละรายการได้พอเหมาะ และนักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวครบตามรายการที่จัดให้โดยไม่รู้สึกรำคาญหรือเบื่อหน่าย การเตรียมการข้อนี้ทำได้โดยมัคคุเทศก์ต้องสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวล่วงหน้า แบ่งเวลาในการนำชมแต่ละจุดตามความสำคัญและความน่าสนใจ ทั้งนี้โดยไม่ลืมคำนึงถึงการให้เวลาส่วนตัวแก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น การปล่อยให้นักท่องเที่ยวเดินเที่ยวชมโดยอิสระในจุดที่แต่ละคนสนใจเป็นพิเศษ การให้เวลาถ่ายรูป ทำธุระส่วนตัว ดื่มน้ำ รับประทานอาหารว่าง ซื้อของที่ระลึก ฯลฯ

3.2 ความสามารถในการวิเคราะห์นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ตนรับผิดชอบนำเที่ยวแต่ละครั้งว่ามีความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องใด เพื่อจะได้สามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูก เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจชมศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม มัคคุเทศก์ควรใช้เวลาส่วนใหญ่กับการเที่ยวชมแหล่งศิลปกรรมและ

สถาปัตยกรรม รวมทั้งให้การบรรยายในแต่ละจุดโดยละเอียด ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจเพียงท่องเที่ยวถ่ายรูปและซื้อของที่ระลึก มักคุเทศก์ก็ควรบรรยายสั้นๆ เฉพาะเรื่องทั่วๆ ไปที่นักท่องเที่ยวควรทราบ และให้เวลาอิสระแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้นตามที่นักท่องเที่ยวพอใจ โดยไม่เกินเวลาที่กำหนดไว้ในรายการ การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวทำได้โดยการศึกษาลักษณะประจำชาติของชนชาติต่างๆ เช่น ชนชาติฝรั่งเศส มักสนใจประวัติศาสตร์และโบราณคดี อเมริกันชอบท่องเที่ยวผจญภัย ชาวเอเชียชอบถ่ายรูปและซื้อของ เป็นต้น เพศ วัย และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวก็มีส่วนกำหนดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

3.3 ความสามารถในการเฝ้าความสนใจ มักคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสนุกสนานเพลิดเพลินตลอดรายการท่องเที่ยว ทั้งระหว่างการเดินทางและจุดแวะชม ดังนั้น นอกจากความรู้เกี่ยวกับจุดท่องเที่ยวและสถานที่ที่น่าสนใจตามทางผ่านที่มักคุเทศก์อาจชี้ชวนให้นักท่องเที่ยวสนใจได้แล้ว หากเดินทางเป็นเวลานานมักคุเทศก์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมหรือการละเล่นเล็กๆ น้อยๆ เพื่อคลายเหงาและช่วยให้เกิดความเป็นกันเองภายในกลุ่มของนักท่องเที่ยวด้วย

3.4 ความสามารถในการบริการและอำนวยความสะดวก มักคุเทศก์ที่ดีต้องเอาใจใส่ดูแลให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน สะดวกสบายและปลอดภัย ปราศจากอุปสรรคและข้อขัดข้อง ดังนั้น ก่อนการนำเที่ยวทุกครั้งมักคุเทศก์ควรตรวจสอบความเรียบร้อยของยานพาหนะ แจ่งย้าสถานที่พักแรม และสถานประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นัดหมายและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป ตั้งแต่กำหนดการ การเตรียมตัว ข้อปฏิบัติต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เช่น การเข้าชมพระบรมมหาราชวังต้องแต่งกายสุภาพ การเข้าพระอุโบสถต้องถอดรองเท้า สุภาพสตรีถูกต้องตัวพระภิกษุไม่ได้ การอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้ถ่ายภาพ หรือถ่ายภาพยนตร์ ฯลฯ การเตรียมสัมภาระ และข้อควรระวังต่างๆ เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวโดยทั่วถึงและเสมอภาค

4. ความสามารถด้านการแก้ปัญหา

มักคุเทศก์ที่ดีต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ การที่จะสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้นั้น มักคุเทศก์ต้องมีการเตรียมการที่ดี โดยศึกษาล่วงหน้าถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในการนำชมแต่ละรายการ และศึกษาขั้นตอนของการแก้ปัญหาเหล่านั้น และจัดเตรียมอุปกรณ์หรือวิธีการไว้ล่วงหน้า โดยมีสิ่งสำคัญคือความมีสติมั่นคง และความรอบคอบของมักคุเทศก์ ตัวอย่างปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น การนำเที่ยวทางเรืออาจเกิดอุบัติเหตุเรือจม และนักท่องเที่ยวว่ายน้ำไม่เป็น ทางแก้ปัญหา

ได้แก่ ตรวจสอบเรือที่เป็นพาหนะว่ามีชูชีพหรือเครื่องช่วยชีวิตพร้อมและอยู่ในสภาพใช้งานได้
 มัคคุเทศก์ควรผ่านหลักสูตรช่วยคนตกน้ำ หรือรู้วิธีช่วยคนตกน้ำ เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์ควรเป็นผู้ที่มีความสามารถนอกเหนือ
 จากคุณสมบัติทั้ง 5 ประการที่กล่าวมาแล้วคือ ความสามารถทางด้านภาษาและการสื่อสาร ความสามารถ
 ทางด้านวิชาการ ความสามารถด้านการนำเที่ยว และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
 ที่เกิดขึ้นในระหว่างการนำเที่ยวด้วย

บทบาทและหน้าที่ของมัคคุเทศก์

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2538 : 119) อธิบายถึงบทบาทและหน้าที่ของมัคคุเทศก์ว่า มัคคุเทศก์
 มีบทบาทสำคัญ 2 บทบาท บทบาทแรก ได้แก่ บทบาทในฐานะเป็นตัวแทนของประเทศหรือของท้องถิ่น
 ที่ตนประกอบอาชีพอยู่ ส่วนอีกบทบาทหนึ่งคือ บทบาทของผู้นำเที่ยว ซึ่งเป็นบทบาทปกติ แต่ละ
 บทบาทมีหน้าที่ต่างกัน อย่างไรก็ตาม มัคคุเทศก์ต้องรับผิดชอบที่จะปฏิบัติหน้าที่เหล่านั้น โดยไม่อาจ
 หลีกเลี่ยงได้

ส่วนบทบาทและหน้าที่ในฐานะตัวแทนของประเทศหรือของท้องถิ่น เมื่อนักท่องเที่ยว
 เดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่สุดตลอดระยะเวลาท่องเที่ยว คือ
 มัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวจะยึดมัคคุเทศก์เป็นที่พึ่ง ให้ความไว้วางใจและเชื่อถือทุกสิ่งที่มีมัคคุเทศก์แนะนำ
 สำหรับนักท่องเที่ยว การแสดงออกของมัคคุเทศก์เป็นเครื่องแสดงความเป็นชนชาตินั้นหรือความเป็น
 คนท้องถิ่นนั้น ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวประทับใจมัคคุเทศก์ในทางดีนักท่องเที่ยวก็จะมีทัศนคติต่อ
 ประเทศหรือท้องถิ่นนั้น หากนักท่องเที่ยวประทับใจมัคคุเทศก์ในทางเลว นักท่องเที่ยวก็จะมีทัศนะ
 ทางลบต่อประเทศหรือท้องถิ่นนั้น ดังนั้น บทบาทของมัคคุเทศก์ในฐานะตัวแทนของประเทศหรือ
 ท้องถิ่น จึงเป็นบทบาทที่สำคัญยิ่ง แม้จะมีใช้บทบาทหลักของอาชีพมัคคุเทศก์ก็ตาม ในฐานะตัวแทน
 ของประเทศหรือท้องถิ่น มัคคุเทศก์มีหน้าที่ดังต่อไปนี้ (นิคม จารุมณี 2545 : 120)

1. แสดงความเป็นไทยให้ประจักษ์แก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้านกิจกรรมมารยาท การวางตน
 ค่านิยมของสังคมไทย เช่น ความอ่อนโยน ความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ตลอดจนการดำรงชีวิต
 ตามวัฒนธรรมไทย กล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ มัคคุเทศก์ทำหน้าที่เป็นทูตทางวัฒนธรรมไทยนั่นเอง
2. สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชนชาติ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชาติ และสถาบัน
 ต่างๆ ของชาติ เชิดชูความเป็นชาติอารยะที่ทัดเทียมกับชาติอื่นๆ หลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติที่อาจ

นำความเสื่อมเสียมาสู่ประเทศชาติ หรือความประพฤติที่อาจก่อให้เกิดความรู้สึกดูหมิ่นเหยียดหยามแก่ประเทศชาติและชนชาติไทย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำหน้าที่เป็นทูตสันติภาพนั่นเอง

ส่วนบทบาทหน้าที่ในฐานะผู้นำเที่ยว ทั้งมัคคุเทศก์สังกัดบริษัทและมัคคุเทศก์อิสระ (Freelance guide) ต้องปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้นำเที่ยว 3 ประการคือ

1. หน้าที่ในการรับเข้านักท่องเที่ยว (Transfer – in)

การรับเข้านักท่องเที่ยว หมายถึง การไปรับนักท่องเที่ยวจากจุดเข้าเมืองหรือเข้าจังหวัด เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเรือ สถานีรถไฟ หรือสถานีรถยนต์ แล้วนำมาส่งยังสถานที่พักแรม ดูแลให้นักท่องเที่ยวเข้าพักอย่างเรียบร้อย โดยมีแนวในการปฏิบัติดังนี้

1.1 รับงานจากแผนก Operation ของบริษัท

1.2 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับงานให้เข้าใจ เช่น รายชื่อนักท่องเที่ยว จำนวนวัน และเวลาเดินทางมาถึง โดยเที่ยวบิน เที่ยวบินรถไฟ เรือ ฯลฯ เที่ยวบินใด พักแรมที่ใด รายละเอียดเกี่ยวกับการพักแรม เช่น ระดับของห้องพัก บริการที่ได้รับ บริการพิเศษ ฯลฯ รายการท่องเที่ยว วันและเวลาเดินทางกลับ โดยเที่ยวบิน เที่ยวบินรถไฟ เรือ ฯลฯ เที่ยวบินใด

1.3 จัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวให้เรียบร้อย

1.4 ตรวจสอบวันและเวลาเข้าของเที่ยวบิน (ในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่องบิน) ทันทหรืออย่างช้าก่อนเวลาเข้าของเที่ยวบินนั้น 5 ชั่วโมง

1.5 นัดหมายคนขับรถ

1.6 เดินทางถึงจุดหมายก่อนเวลาอย่างน้อย 30 นาที กรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยสนามบิน มัคคุเทศก์ต้องติดต่อกับพนักงาน ATTA (Association of Thai Travel Agents) ให้เป็นผู้ไปรับนักท่องเที่ยวมาส่งให้มัคคุเทศก์อีกทอดหนึ่ง

1.7 จัดเตรียมป้ายชื่อของนักท่องเที่ยว หรือป้ายชื่อของบริษัทนำเที่ยว เพื่อแสดงแก่นักท่องเที่ยว ณ จุดรับเข้า

1.8 ตรวจสอบสัมภาระของนักท่องเที่ยวก่อนนำขึ้นรถ

1.9 ตรวจสอบ Voucher หรือ บัตรใช้บริการด้านต่างๆ ตามรายการท่องเที่ยว เช่น บัตรรับประทานอาหาร บัตรทัวร์รายการต่างๆ ฯลฯ จากนักท่องเที่ยว

1.10 นำบัตรโดยสารไปยืนยัน (Reconfirm) เที่ยวบินกลับ

1.11 นำนักท่องเที่ยวไปส่ง ณ ที่พัก โดยระหว่างการเดินทางมัคคุเทศก์ควรใช้เวลาในการปฏิสนธารกับนักท่องเที่ยว กล่าวต้อนรับ ถามทุกข์สุข ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย

ทั้งด้านภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญและน่าสนใจระหว่างทาง ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักแรม และบริการต่างๆ ที่จัดให้ รายการท่องเที่ยวในวันต่อไป เป็นต้น

1.12 คู่มือส่งนักท่องเที่ยวเข้าที่พักพร้อมกับเจ้าหน้าที่ของสถานพักผ่อนนันทนาการ

1.13 นิตหมาย วัน เวลา ครั้งต่อไป รวมทั้งแจ้งข้อควรและไม่ควรปฏิบัติ ตลอดจนข้อควรระวังแก่นักท่องเที่ยว

2. หน้าที่ในการนำเที่ยว (Touring)

การนำเที่ยว ได้แก่ การนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในรายการที่กำหนดแต่ละครั้ง แล้วนำมาส่งยังที่พัก มีแนวปฏิบัติดังนี้

2.1 นิตหมายคนขับรถ

2.2 มัคคุเทศก์เดินทาง ไปถึงที่พักนักท่องเที่ยวก่อนกำหนดอย่างน้อย 30 นาที

2.3 คู่มือตรวจสอบจำนวนนักท่องเที่ยวให้ครบ ช่วยเหลือแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถออกเดินทางได้ตามเวลาที่กำหนด

2.4 ทำสัญลักษณ์นักท่องเที่ยวในกลุ่มของตนเพื่อความสะดวกในการตรวจสอบ อาจเป็นของที่ระลึกที่ใช้ประโยชน์ได้และมองเห็นง่าย เช่น หมวก เข็มกลัด ฯลฯ ที่ติดตราบริษัทนำเที่ยว

2.5 ตรวจสอบสัมภาระของนักท่องเที่ยว และทำเครื่องหมายเพื่อป้องกันการพลัดหลง สูญหาย ในกรณีเดินทางหลายวัน โดยอาจใช้แถบผ้าสีเดียวกันผูก หรือใช้แถบชื่อบริษัทนำเที่ยวให้เป็นที่สังเกตได้ การตรวจสอบสัมภาระต้องทำทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนที่พักแรม

2.6 นำนักท่องเที่ยวเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ให้ครบถ้วนตามที่กำหนดในรายการ และตรงตามเวลาที่กำหนด ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสมแก่ความสนใจของนักท่องเที่ยว

2.7 ดูแลอำนวยความสะดวก ช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยว สนองความประสงค์ตามขอบเขตของกฎหมายและศีลธรรม สร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวให้สนุกสนานรื่นรมย์ตลอดรายการ

2.8 นำนักท่องเที่ยวกลับมาส่ง ณ ที่พัก และดูแลให้นักท่องเที่ยวเข้าที่พักนันทนาการ

2.9 นิตหมาย วัน เวลาครั้งต่อไป ถ้ามีรายการต่อ

3. หน้าที่ในการส่งออกนักท่องเที่ยว (Transfer – out)

การส่งออกนักท่องเที่ยว คือ การนำนักท่องเที่ยวจากที่พักไปส่งยังท่าอากาศยาน ท่าเรือ สถานีรถไฟ หรือสถานีรถยนต์เพื่อเดินทางกลับ มีแนวปฏิบัติดังนี้

3.1 ตรวจสอบยืนยัน (Reconfirm) บัตรโดยสาร โดยปกติต้องทำก่อนเวลาเดินทาง ไม่น้อยกว่า 72 ชั่วโมง

3.2 ตรวจสอบเวลาออกที่แน่นอนของเที่ยวบิน

3.3 นัดคนขับรถ

3.4 ดูแลให้การกินที่พักร (Check-out) ของนักท่องเที่ยวเป็นไปโดยเรียบร้อย

3.5 ตรวจสอบสัมภาระของนักท่องเที่ยวให้ถูกต้องครบถ้วน

3.6 นำนักท่องเที่ยวออกจากที่พักไปส่งยังท่าอากาศยาน โดยต้องไปถึงท่าอากาศยาน ก่อนเวลาเครื่องบินออก 2 ชั่วโมงครึ่งเป็นอย่างน้อย

3.7 ดูแลการ Check-in ของนักท่องเที่ยว ณ เคาน์เตอร์สายการบินที่นักท่องเที่ยว ใช้บริการให้เป็นไปโดยเรียบร้อย เช่น การชั่งน้ำหนักกระเป๋า X-ray กระเป๋า จำนวนกระเป๋า และการติด Tag กระเป๋า ตลอดจน Boarding Pass หรือบัตรขึ้นเครื่อง

3.8 ดูแลให้นักท่องเที่ยวผ่านการตรวจสอบหนังสือเดินทางเข้าไปสู่ห้องพัสดุโดยสาร โดยเรียบร้อย การส่งออกนักท่องเที่ยว ณ ท่าเรือ สถานีรถไฟ และสถานีรถยนต์ก็ใช้แนวปฏิบัติ เช่นเดียวกัน

บริษัทนำเที่ยวบางแห่งแยกหน้าที่รับ-ส่งนักท่องเที่ยวกับการนำเที่ยวออกจากกัน มักคุเทศก์ที่ทำหน้าที่รับ-ส่งนักท่องเที่ยวเรียกว่า Transferred Guide ส่วนมักคุเทศก์ที่ทำหน้าที่นำเที่ยว เรียกว่า Tourist guide แต่โดยทั่วไปเมื่อมักคุเทศก์ได้รับมอบหมายจากบริษัทให้ดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มใด มักหมายรวมถึงแต่การรับเข้า การนำเที่ยว และการส่งออกนักท่องเที่ยว

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และ วิลาสวงศ์ พงสะบุตร (2540 : 59-63) ได้กล่าวถึงบทบาทของ มักคุเทศก์ว่า มักคุเทศก์ควรมีบทบาทของบุคคลหลายอาชีพรวมกัน ได้แก่ บทบาทของครู นักจิตวิทยา นักแสดง และนักการทูต ซึ่งมักคุเทศก์สามารถใช้บทบาทแต่ละอย่างนั้นให้เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตนได้ดังนี้

1. บทบาทของครู

มักคุเทศก์ต้องทำหน้าที่อธิบายเรื่องราวต่างๆ ทางด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ พร้อมทั้งการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว ในบางครั้ง ทำนองเดียวกับที่ครูให้ความรู้แก่ศิษย์ ฉะนั้นจึงต้องมีความรู้ ทั้งเนื้อหา และวิธีการที่จะ ถ่ายทอดความรู้ให้มีประสิทธิภาพ

2. บทบาทของนักจิตวิทยา

นักจิตวิทยาจะต้องรู้จิตวิทยาของนักท่องเที่ยวว่าต้องการอะไรมากน้อยเพียงใด ซึ่งความต้องการนั้นจะแตกต่างกันตามวัย ฐานะ พื้นเพความรู้ และอาชีพนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจจะไม่ค่อยสนใจในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมากนัก แต่สนใจในด้านสนุกสนานบันเทิงมากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการความรู้เกี่ยวกับด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง การเดินทางที่ยาวนานและเหนื่อยเกินไปอาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเมื่อยล้าหรือเบื่อหน่าย ไม่สนใจฟังคำอธิบายของมัคคุเทศก์ ถึงแม้มัคคุเทศก์จะพยายามอธิบายให้สนุกสนาน สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่มัคคุเทศก์จะต้องคอยสังเกตจากการตอบสนองของนักท่องเที่ยวและพยายามปฏิบัติหน้าที่ให้เหมาะสมกับสถานการณ์

3. บทบาทของนักแสดง

ในการนำเที่ยวมัคคุเทศก์จะต้องสวมบทบาทของนักแสดงในบางครั้งเพื่อสร้างสรร การนำเที่ยวให้มีชีวิตชีวายิ่งขึ้น เช่น มีการร้องเพลง เล่นเครื่องดนตรีบางชิ้น เรื่องตลกขบขันที่ไม่หยาบโลน และการเล่นเกมต่างๆ เป็นต้น การนำเที่ยวที่มีการพักแรมในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ อาจมีนันทนาการแบบแคมป์ไฟซึ่งมัคคุเทศก์สามารถสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวได้ และควรมีทักษะในการสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองและความสนุกสนานขณะเดินทางในยานพาหนะ หรือในการพักแรม แต่ทั้งนี้ต้องดูความเหมาะสมพอควร และการตอบสนองของนักท่องเที่ยวด้วย อย่าไปยึดเหี้ยมความสนุกสนานบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยวต้องการความสงบเงียบมากกว่า

4. บทบาทของนักการทูต

มัคคุเทศก์ต้องรู้ว่าควรอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศ หรือท้องถิ่นของตนให้นักท่องเที่ยวฟังอย่างไรจึงจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญทางมรดก วัฒนธรรม ที่มีอยู่ในประเทศหรือในท้องถิ่นนั้นๆ สิ่งที่มัคคุเทศก์ฟังต้องระมัดระวังอย่างยิ่งคือ การไม่กล่าวถ้อยคำหรือแสดงกิริยาอาการอันเป็นการลบหลู่ดูหมิ่นสถาบัน หรือบุคคลใดอย่างเด็ดขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ไม่ว่าจะเป็นของประเทศไทย หรือของประเทศใดก็ตาม รวมทั้งไม่ตำหนิติเตียน พูดยาเสียศีล หรือพูดยาให้ตลกขบขันเกินความพอดี ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเทศชาติ หรือบุคคลสำคัญใดๆ

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์ควรมีบทบาทและหน้าที่สำคัญ 2 ประการ คือ บทบาทในการเป็นตัวแทนของประเทศหรือของท้องถิ่นที่ตนประกอบอาชีพอยู่ ส่วนอีกบทบาทหนึ่ง

คือ บทบาทของผู้นำเที่ยว ซึ่งเป็นบทบาทหลักของมัคคุเทศก์ รวมทั้งการมีบทบาทของบุคคลหลายอาชีพรวมกัน ได้แก่ บทบาทของครู บทบาทของนักจิตวิทยา บทบาทของนักแสดง และบทบาทของนักการทูต ซึ่งมัคคุเทศก์สามารถใช้บทบาทแต่ละอย่างนั้น เพื่อประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง

จรรยาบรรณของมัคคุเทศก์

ไชยรงค์ เจริญเมือง (2544 : 15) อธิบายถึงจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ว่า จรรยาบรรณคือ สิ่งอันพึงประพฤติปฏิบัติ จรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ก็คือ ข้อพึงประพฤติปฏิบัติของมัคคุเทศก์เพื่อธำรงไว้ซึ่งเกียรติภูมิของสถานภาพแห่งวิชาชีพ ทำให้อาชีพมัคคุเทศก์เป็นอาชีพที่มีเกียรติ ได้รับการยกย่องนับถือในฐานะเป็นตัวแทนของประเทศและชนชาวไทย เป็นทูตวัฒนธรรมและทูตสันติภาพ มิใช่นักฉวยโอกาสหรือนักต้มตุ๋นที่มีนักท่องเที่ยวเป็นเหยื่ออันโอชะ ข้อพึงประพฤติปฏิบัติของมัคคุเทศก์ได้แก่

1. ความตระหนักในหน้าที่และความรับผิดชอบ มัคคุเทศก์พึงปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยเต็มกำลังความสามารถ และมีความรับผิดชอบตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน จนกระทั่งส่งนักท่องเที่ยวสู่ที่พักโดยสวัสดิภาพ ไม่ทอดทิ้งให้นักท่องเที่ยวเผชิญโชคโดยลำพัง หรือละเลยไม่เอาใจใส่ดูแลความสะดวแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ พวงบุหงา ภูมิพานิช (2539 : 29) ได้กล่าวถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์คือ ด้านหน้าที่ ประกอบด้วย ทำงานโดยยึดหลักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ประสานงานกับหัวหน้าทัวร์ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ของไทยแก่นักท่องเที่ยว ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และด้านความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ตระหนักต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อนักท่องเที่ยว กล่าวตัดสินใจในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ปฏิบัติตนตามระเบียบของบริษัทที่ตนสังกัด และสามารถบริหารการเงินได้ดีและอย่างซื่อสัตย์สุจริต เป็นต้น

2. ความซื่อสัตย์สุจริต มัคคุเทศก์ไม่พึงปล่อยให้ความโลภ ความเห็นแก่ได้เข้าครอบงำและถือโอกาสจากความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเสียประโยชน์ เช่น นำนักท่องเที่ยวไปซื้อของเฉพาะร้านที่จ่ายค่าพาหนะพิเศษให้มัคคุเทศก์ โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ากับราคาที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย ผลของการกระทำนี้กระทบไม่เฉพาะแต่ชื่อเสียงของมัคคุเทศก์เท่านั้น แต่ยังส่งต่อไปถึงบริษัทนำเที่ยวที่มัคคุเทศก์สังกัดและเลยไปถึงชื่อเสียงของประเทศชาติ และชนในชาติด้วย

3. ความรู้จักประมาณตน มัคคุเทศก์พึงเข้าใจว่าตนอยู่ในฐานะผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวเป็นผู้รับบริการเปรียบเสมือนนายจ้าง จึงไม่ควรติดตนเสมอกับนักท่องเที่ยว ทั้งด้วยกิริยาท่าทาง

ความประพฤติและวาจา เช่น ไม่ตะโกน หรือตบมือดังๆ เพื่อเรียกนักท่องเที่ยว ไม่แสดงอาการขัดเคืองหรือเบื่อหน่ายเมื่อนักท่องเที่ยวพลัดเวลานัดหมาย ไม่เกรี้ยวกราดเอาแต่ใจเมื่อนักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามกำหนดการที่วางไว้ ทั้งไม่ร่วมโต๊ะรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มกับนักท่องเที่ยวโดยที่ไม่ได้รับการเชื้อเชิญ เป็นต้น หากเกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้นมัคคุเทศก์ควรสามารถหาทางออกอย่างละมุนละม่อม ไม่ก่อให้เกิดความหมางใจแก่นักท่องเที่ยว

4. ความเข้าใจเพื่อนมนุษย์ มัคคุเทศก์พึงเข้าใจว่ามนุษย์ทุกคนปรารถนาความรักความเอาใจใส่ดูแล ต้องการให้เห็นว่าตนเป็นคนสำคัญ จึงควรปฏิบัติตนต่อนักท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเอาใจใส่ดูแลอย่างทั่วถึง ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ระวังระวังที่จะไม่ก่อให้เกิดความกระทบกระเทือนใจโดยมิได้เจตนา เช่น การเล่าเรื่องตลกของชาติต่างๆ ที่อาจกลายเป็นการดูหมิ่นเจ้าของชาตินั้นได้ เป็นต้น พึงยึดหลักการเอาใจเขามาใส่ใจเราในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว

5. ความเมตตากรุณาปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุข มัคคุเทศก์พึงเข้าใจจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวว่าต้องการความสุขและความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้มัคคุเทศก์เป็นผู้สามารถสนองความประสงค์ได้โดยกระตือรือร้นและเต็มใจ ไม่ก่อทุกข์ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเล่าเรื่องส่วนตัวหรือความทุกข์ร้อนเพื่อขอความเห็นใจ

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์ควรมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพของตนเอง กล่าวคือ มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความรู้จักประมาณตน มีความเข้าใจเพื่อนมนุษย์ และมีความเมตตากรุณาปรารถนาให้นักท่องเที่ยวมีความสุข

ประเภทของมัคคุเทศก์

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ได้แบ่งประเภทของมัคคุเทศก์ตามที่ได้รับ การฝึกอบรมและผ่านประสบการณ์มา เพื่อความชัดเจนในการพิจารณาออกใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ให้เหมาะสมและง่ายในการควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมาย จึงกำหนดภารกิจและพื้นที่ในการปฏิบัติงานมัคคุเทศก์เป็น 2 ประเภทดังนี้ (ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่องพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 2535 : 56)

1. มัคคุเทศก์ทั่วไป เป็นมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับงานทั่วไป ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ ได้ทั่วราชอาณาจักร โดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศ แต่ไม่ใช่งานมัคคุเทศก์พิเศษ
2. มัคคุเทศก์พิเศษ เป็นมัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เฉพาะทางเป็นพิเศษ เช่น การให้ความรู้พิเศษในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี การนำเที่ยวป่า ฯลฯ อันเป็นการให้ความรู้พิเศษอย่างอื่นที่

นักท่องเที่ยวโดยทั่วๆ ไปที่มีความสนใจในด้านนั้นต้องการจะทราบปฏิบัติงานได้ตามประเภทและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต (ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่องพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2522 2522 : 72)

สุภาพร มากแจ้ง (2544 : 36-38) กล่าวว่า มัคคุเทศก์แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว หรือขอบเขตพื้นที่ ลักษณะของการปฏิบัติงาน ซึ่งมีดังนี้คือ มัคคุเทศก์แบ่งประเภทตามลักษณะของธุรกิจนำเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. มัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour ซึ่งรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย มัคคุเทศก์ประเภทนี้ต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศในขั้นใช้การได้ และสามารถปฏิบัติงานนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ดี

2. มัคคุเทศก์นำคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Outbound Tour ซึ่งนำคนไทยไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ มัคคุเทศก์จะทำหน้าที่ดูแลความสะดวกทุกอย่างระหว่างเดินทาง และทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่นในประเทศที่ไปเยือน ในด้านการเดินทาง ที่พัก อาหาร และการนำชมสถานที่ต่างๆ บทบาทของมัคคุเทศก์ประเภทนี้จึงมีลักษณะเป็นผู้นำในการเดินทาง (Tour Leader) หรือล่าม (Interpreter) มากกว่าการเป็นผู้อธิบายนำชมสถานที่เสียเอง เนื่องจากกฎหมายของประเทศต่างๆ ไม่อนุญาตให้ชาวต่างประเทศทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ เมื่ออยู่ในประเทศของเขา

3. มัคคุเทศก์นำเที่ยวให้แก่คนไทยภายในประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Domestic Tour ซึ่งนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปยังสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ มัคคุเทศก์ประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศดีเหมือนอย่าง 2 ประเภทแรก

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์แบ่งตามลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวได้เป็น 3 ประเภทคือ (1) มัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (2) มัคคุเทศก์นำคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ และ (3) มัคคุเทศก์นำเที่ยวให้แก่คนไทยภายในประเทศ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ใช้ศึกษา มัคคุเทศก์ประเภทที่ 3

จากการศึกษาแนวคิดและหลักการมัคคุเทศก์ที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า มัคคุเทศก์คือ ผู้ที่ทำหน้าที่นำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยได้รับค่าตอบแทนจากบริษัทนำเที่ยวซึ่งเป็นผู้ว่าจ้าง ซึ่งมัคคุเทศก์มีความสำคัญต่อตัวนักท่องเที่ยวเอง ทรัพยากรการท่องเที่ยวและประเทศชาติเป็นอย่างมาก นับว่าเป็นผู้ที่มิบทบาทและหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนของประเทศหรือของท้องถิ่น และในฐานะผู้นำเที่ยว ซึ่งจะต้องมีจรรยาบรรณ และมีความรู้ความสามารถ และมี

คุณสมบัติในด้านต่างๆ ที่ประกอบเป็นคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ อาทิเช่น ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความสามารถในการด้านภาษาและวิชาการ และคุณสมบัติในด้านบุคลิกภาพที่สง่างาม และมีอารมณ์ขัน เป็นต้น ซึ่งมัคคุเทศก์ในปัจจุบันนี้มีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดอยู่บ้าง ในด้านการขาดการสนับสนุนจากผู้ประกอบการนำเที่ยวและปัญหาในด้านการขาดทักษะการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เอี่ยมพร เสนะเกษตร (2534 : 140-145) ได้ศึกษาความต้องการและการใช้สารนิเทศของมัคคุเทศก์ ผลการวิจัยพบว่า

1. มัคคุเทศก์มีความต้องการ และใช้สารนิเทศสอดคล้องกันในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ความรู้ทั่วไปสำหรับมัคคุเทศก์ ศิลปวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะสำหรับนักท่องเที่ยว และภูมิศาสตร์ โดยหัวข้อย่อยแต่ละด้านที่มัคคุเทศก์มีความต้องการและการใช้สูงสุด ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ หัวข้อโบราณสถาน ด้านความรู้ทั่วไปสำหรับมัคคุเทศก์ หัวข้อการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ด้านข้อเสนอแนะสำหรับนักท่องเที่ยว หัวข้อที่พักและการปฏิบัติตนในสถานที่ท่องเที่ยว และด้านภูมิศาสตร์ หัวข้อการคมนาคม
2. มัคคุเทศก์มีความต้องการและใช้สารนิเทศในรูปแบบหนังสือพิมพ์สูงสุด ส่วนภาษาของสารนิเทศที่มัคคุเทศก์ต้องการและใช้ในการแสวงหาสารนิเทศเพื่อการปฏิบัติงานสูงสุดคือ ภาษาไทย
3. มัคคุเทศก์ใช้แหล่งสารนิเทศส่วนตัวมากกว่าแหล่งอื่นๆ
4. ปัญหาที่มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการใช้แหล่งสารนิเทศคือ ไม่มีเวลาไปใช้แหล่งสารนิเทศอื่นๆ ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ และสารนิเทศมีเนื้อหาไม่ตรงตามความต้องการ

เฟื่องนภา เตียเจริญ (2540 : 85-90) ได้ศึกษาปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของมัคคุเทศก์ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. มัคคุเทศก์กรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับสูง
2. บุคลิกภาพด้านความต้องการของ Murray ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ความต้องการเกี่ยวกับสิ่งไม่มีชีวิต ความต้องการแสดงถึงความทะเยอทะยาน มีอำนาจ บรรณาความสำเร็จและการมีชื่อเสียง

ความต้องการที่จะทำให้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอำนาจตนเองหรือยอมแพ้ ความต้องการที่จะก้าวร้าวบุคคลอื่น ๆ ความต้องการเป็นมิตรกับผู้อื่น และความต้องการที่จะเกี่ยวข้องกับด้านสังคม ความภาคภูมิใจในตนเอง ความเชื่ออำนาจในตน และสุขภาพจิต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงาน

3. มัคคุเทศก์เพศชายมีความพึงพอใจในงานมากกว่ามัคคุเทศก์เพศหญิง
4. มัคคุเทศก์ที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในงานมากกว่ามัคคุเทศก์ที่มีอายุ 31-40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป
5. มัคคุเทศก์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในงานมากกว่ามัคคุเทศก์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
6. มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี มีความพึงพอใจในงานมากกว่ามัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์การทำงาน 6-10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป
7. ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในงานของมัคคุเทศก์กรุงเทพมหานคร ตามลำดับความสำคัญคือ ความเชื่ออำนาจในตน บุคลิกภาพด้านความต้องการเกี่ยวกับสิ่งไม่มีชีวิต และประสบการณ์การทำงาน

กัลยา สมมาตย์ (2541 : 58-61) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และภูมิลำเนาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน และมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในชายทะเล จังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน โดยเห็นว่าปัญหามีอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนรายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

นางเยาว์ ใจห่อ (2541 : 99-104) ได้ศึกษารูปแบบการนำเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาอำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอเชียงแสน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้เปลี่ยนแปลงความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว และต้องการให้มีรูปแบบการนำเที่ยวที่แปลกใหม่และหลากหลาย
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการให้เปลี่ยนแปลงความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ต้องการให้ปรับปรุงตัวของมัคคุเทศก์ ต้องการให้เปลี่ยนแปลงรูปแบบรายการนำเที่ยวและการจัดการเรื่องของเวลารับ-ส่ง ต้องการปรับปรุงในเรื่องของค่าบริการที่เหมาะสม ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องอื่นๆ เช่น ต้องการปรับปรุงในเรื่องของร้านขายของที่ระลึกและการให้บริการเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวที่รับผิดชอบ

ชนศักดิ์ พุ่มเพชร (2542 : 78-82) ได้ศึกษาปัญหาการปฏิสัมพันธ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาประจำชาติกับมัคคุเทศก์ไทย ผลการวิจัยพบว่า

1. มัคคุเทศก์ไทยส่วนใหญ่พูดภาษาอังกฤษไม่เน้นระดับเสียงสูง-ต่ำ (Intonation) และไม่เน้นโครงสร้างหลักไวยากรณ์ (Grammatical Structure)

2. มัคคุเทศก์ใช้วงนภาษามากกว่าใช้วงนภาษา

3. วงนภาษาและวงนภาษาของมัคคุเทศก์มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการสื่อสารและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

4. การศึกษาและสัญชาติของนักท่องเที่ยวยุคใหม่เป็นปัจจัยสำคัญที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

สุกัลยา กรรณสมบัติ (2542 : 150-155) ได้ศึกษาศักยภาพของมัคคุเทศก์ต่อการเป็นผู้นำในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการวิจัยพบว่า

1. มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีศักยภาพในด้านความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านพฤติกรรม การนำเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง ซึ่งเพศหญิงจะมีความรู้มากกว่าเพศชาย แต่เพศชายจะมีพฤติกรรมในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดีกว่าเพศหญิง

2. มัคคุเทศก์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จะมีความรู้และทัศนคติดีกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี และมัคคุเทศก์ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จะมีความรู้และทัศนคติที่ดีที่สุด

3. มัคคุเทศก์ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ร่วมด้วย จะมีความรู้และพฤติกรรมดีกว่ากลุ่มที่เป็นมัคคุเทศก์เพียงอย่างเดียว โดยตัวแปรเพศมีผลต่อศักยภาพด้านความรู้ และพฤติกรรม อายุ และระดับการศึกษามีผลต่อศักยภาพด้านความรู้และทัศนคติ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารและความรู้มีผลต่อศักยภาพด้านทัศนคติและพฤติกรรมในทางบวก ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและทัศนคติมีผลทางบวกต่อศักยภาพด้านพฤติกรรมเพียงอย่างเดียว ซึ่งรายได้มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้ ส่วนระยะเวลาในการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้และทัศนคติ

4. มัคคุเทศก์ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการเป็นผู้นำในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ เพศชาย เพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยต้องเป็นผู้ที่มีอุปนิสัยชอบศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมตลอดเวลาและไม่คำนึงถึงรายได้หรือผลตอบแทนที่จะได้รับเป็นหลัก

ธัญภรณ์ วงศ์อนิษฐ์ (2543 : 52-56) ได้ศึกษาจิตสำนึกของมัคคุเทศก์ต่อการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศแนวปะการัง ผลการวิจัยพบว่า

1. มัคคุเทศก์เพศชายมีคะแนนจิตสำนึกสูงกว่ามัคคุเทศก์เพศหญิง
2. มัคคุเทศก์ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันจะมีคะแนนจิตสำนึกในการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศแนวปะการังต่างกันด้วย
3. ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกในการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศแนวปะการัง
4. มัคคุเทศก์ผู้ผ่านการอบรมมีคะแนนจิตสำนึกในการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศแนวปะการังมากกว่ามัคคุเทศก์ที่ไม่ผ่านการอบรม

นุกิดา อุ่นประดิษฐ์ และคนอื่นๆ (2543 : 100-105) ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมแล้วอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งในเรื่องของความรู้ความสามารถ มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพ และจิตสำนึกของมัคคุเทศก์ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและประทับใจต่อบริการที่ได้รับจากมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย ในด้านระดับมาตรฐานของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงรายในปัจจุบันถือว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับดี แต่ยังคงมีบางส่วน เช่น ความรู้ด้านการใช้ภาษา การวางตัวของมัคคุเทศก์ในขณะที่น่าเที่ยว ซึ่งบางครั้งยังไม่เหมาะสม เป็นต้น ที่ยังต้องมีการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อรักษาและพัฒนามาตรฐานการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

พันธ์ทิพย์ อธิปัญญาพงษ์ (2543 : 95-99) ได้ศึกษาบทบาทของมัคคุเทศก์ในการส่งเสริมจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์ กรณีศึกษา สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ผลการวิจัยพบว่า

1. มัคคุเทศก์มีบทบาทในการส่งเสริมจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีบทบาทด้านการให้ความรู้ การเป็นผู้นำ หรือกระตุ้นเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตนอย่างถูกต้องในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปฏิบัติประจำ มีบทบาทในการจัดกิจกรรมและประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดจิตสำนึกอยู่ในระดับปฏิบัติบางครั้ง การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์อยู่ในระดับต่ำ
2. บทบาทของมัคคุเทศก์ในการส่งเสริมจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์ขึ้นอยู่กับ การรับทราบข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์

3. ปัญหา และอุปสรรคที่พบ ได้แก่ นักท่องเที่ยวขาดความสนใจ และไม่เห็นความสำคัญ ประกอบกับมีทัศนคติขาดความรู้และประสบการณ์ในการนำเที่ยวอย่างอนุรักษ์ ขาดทักษะในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์

ฉันทิช วรรณณอม (2544 : 75-79) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในลำดับมาก คือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้าน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

2. ปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญที่มีอิทธิพลในลำดับมากต่อการเบี่ยงเบนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้หันมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ และการขอความร่วมมือปลูกจิตสำนึกให้ไทยเที่ยวไทยจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน

ฉิมชน จันทร์ทองแก้ว (2544 : 90-96) ได้ศึกษาผลของความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังรับบริการ : ศึกษาเฉพาะกรณีมีทัศนคติและลูกค้าที่มารับบริการในธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศได้การควบคุมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

1. มีทัศนคติแสดงความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลอยู่ในระดับสูงและลูกค้าแสดงทั้งการรับรู้คุณภาพการบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการรับบริการอยู่ในระดับสูง

2. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อทัศนคติแตกต่างกัน

3. ลูกค้าที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการรับบริการแตกต่างกัน

วัฒนชัย ชูมาก (2544 : 59-64) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรดารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ การเดินทางไปต่างประเทศเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

2. ปัจจัยที่สนับสนุนให้การเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น คือ การมีรายได้มากขึ้น การมีวันหยุดพักผ่อนมากขึ้น และความเจริญในการคมนาคมมีมากขึ้น

3. เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศแทนการท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ จะต้องสร้างสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการพัฒนา ประชาสัมพันธ์ ถึงจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ การกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดควบคู่กับการรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้คนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศแทนการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

สุชาติ นิ่มหิรัญญ์ (2544 : 89-95) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ในระดับปานกลาง และมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมในระดับน้อย

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพ หลังเกษียณอายุ ตำแหน่งครั้งสุดท้ายก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การสนับสนุนของครอบครัว การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยว

อภิเดช ศรียะพันธ์ (2544 : 90-95) ได้ศึกษาปัจจัยดึงดูดและผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยผลักดันส่วนบุคคล และปัจจัยดึงดูดจากต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศค่อนข้างมาก ขณะที่ปัจจัยผลักดันทางทรัพยากรท่องเที่ยวในประเทศ และการบริการมีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย โดยปัจจัยผลักดันส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องมากที่สุดคือ ความต้องการได้เห็นเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ในต่างประเทศมากที่สุด ส่วนปัจจัยดึงดูดจากต่างประเทศที่เกี่ยวข้องมากที่สุดคือ สภาพบ้านเมืองและสถานที่สำคัญ และปัจจัยผลักดันทรัพยากรท่องเที่ยวในประเทศ และการบริการที่เกี่ยวข้องมากที่สุดคือ ความสะอาด บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ

2. อายุเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่แสดงระดับความสัมพันธ์กับความผันแปรของปัจจัยดึงดูดและผลักดันจำนวนมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยความต้องการส่วนบุคคลและแรงดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศมากกว่าด้วยแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในประเทศ

อรไท ครุฑเวโซ (2544 : 116) ได้ศึกษาความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พบว่า จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหาร เพื่อนำคุณสมบัติที่ต้องการและข้อเสนอแนะพร้อมทั้งข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจริงมาวิเคราะห์เพื่อเสนอเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต และเพื่อการผลิตบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดอุตสาหกรรมจริง พร้อมทั้งนำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับหลักสูตรที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์การรับพนักงานจากการมีประสบการณ์ ความสามารถทางด้านภาษาและบุคลิก โดยที่ระดับการศึกษาเป็นตัวเลือกลำรองอันดับสุดท้าย ผู้ประกอบการเสนอให้บัณฑิตสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการฝึกงานและฝึกภาคปฏิบัติให้มากขึ้น ควรมีการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ และเพิ่มพูนแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หรือเชิงอนุรักษ์ให้มากขึ้น ปัญหาที่พบมากที่สุด เป็นปัญหาทางด้านภาษา ไร่ว่าก็ตาม ผู้ประกอบการและผู้บริหารในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพอใจในประสิทธิภาพของพนักงานปัจจุบันที่มีอยู่ รายวิชาที่แนะนำคือ มนุษยสัมพันธ์ในองค์กร และการทำงานเป็นทีม รวมถึงการใช้คอมพิวเตอร์ สำหรับด้านทฤษฎีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แนะนำมากที่สุดคือ หลักการมัคคุเทศก์ หลักการโรงแรม และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545 : 101-107) ได้ศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวครั้งละ 3 วันมากที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือ พักผ่อน และสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชอบมากที่สุดคือ ทะเล เกาะ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปท่องเที่ยวไทยในเดือนมกราคมมากที่สุด ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลต่างๆ โดยส่วนใหญ่ท่องเที่ยวภาคเหนือ กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวคือ เที่ยวชมธรรมชาติ ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยเดินทางร่วมกันทั้งสิ้น 2-4 คน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวคนละ 2,000 – 2,999 บาท การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดรายการทั้งหมดด้วยตนเอง
3. ปัญหาสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการท่องเที่ยวไทยคือ ความสกปรกเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ สินค้าและบริการต่างๆ ราคาแพง ส่วนปัญหาการ

นำเที่ยวของมัคคุเทศก์มีน้อยที่สุด เนื่องจากเห็นว่ามัคคุเทศก์มีการเตรียมตัวในการบริการ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยไปท่องเที่ยวมาแล้วนั้นประทับใจจังหวัดเชียงรายมากที่สุด ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไปจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด

พีระพงษ์ ดวงสนิท (2545 : 59-64) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงราย ในเรื่องของความรู้ที่อยู่ในระดับดี มัคคุเทศก์สามารถบรรยายเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดีไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับในเรื่องความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความสามารถในด้านวิชาการ ด้านการนำเที่ยว และด้านการจัดการ ส่วนคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะการตรงต่อเวลาและความซื่อสัตย์สุจริต ด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตนเองและการมีอารมณ์ขัน และด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับดีเช่นกัน โดยเฉพาะความเอื้อเฟื้อ รู้จักเอาใจช่วยผู้อื่น และมีน้ำใจพร้อมจะให้ความช่วยเหลือ

2. คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพึงประสงค์นั้น ส่วนใหญ่มีความต้องการให้มัคคุเทศก์เป็นผู้มีความรู้ดี ทั้งความรู้เกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่ท่องเที่ยว ธรรมชาติและประเพณี สำหรับในเรื่องของความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านการจัดการ และด้านวิชาการ ส่วนคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่และความรับผิดชอบอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะความซื่อสัตย์สุจริตและความเสมอภาค ด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตนเองและมีอารมณ์ขัน และด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะมีความเอื้อเฟื้อ รู้จักเอาใจช่วยผู้อื่น สดชื่นร่าเริงแจ่มใส และมีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือกับให้ความร่วมมือดีตามลำดับ

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมา และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว หลังจากได้รับการบริการแล้ว มีสิ่งที่เกินความคาดหวังคือ ความสามารถด้านภาษา หน้าที่และความรับผิดชอบในการแนะนำในสิ่งที่ดีและการตรงต่อเวลา บุคลิกภาพด้านพละทานามัยสมบูรณ์ วาจาสุภาพอ่อนหวานไพเราะ และการแต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ ส่วนด้านมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ การมีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ และสิ่งที้น้อยกว่าความคาดหวังคือ บุคลิกภาพในด้านความเชื่อมั่นในตนเอง

สุพรรณมา หัศภาค (2545 : 97-102) ได้ศึกษาปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับแรกที่ดึงดูดให้เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ และปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ และเมื่อทำการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวแยกตามกลุ่มเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้และถิ่นที่อยู่ พบว่า ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมยังคงเป็นปัจจัยที่ดึงดูดเป็นอันดับแรก

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหลังจากที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แล้วก็ยังพบว่า ปัจจัยแรกที่พึงพอใจหรือประทับใจยังคงเป็นปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ และปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งก่อน และหลังจากเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ก็ยังคงพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ ตามลำดับ สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบเห็นมากที่สุดคือ ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และรองลงมาคือ ปัญหาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ

จากการศึกษางานวิจัยในประเทศที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส เป็นต้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม การได้เรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ การพักผ่อนหย่อนใจ การให้รางวัลกับชีวิต การมีวันหยุดพักผ่อน ความเจริญในการคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย ส่วนความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยว นั้น มัคคุเทศก์ควรมีความสามารถในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ความสามารถในด้านวิชาการ นำเที่ยวและการจัดการ มีความรู้ในด้านการบรรยายทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านภาษา และมีคุณสมบัติในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยเฉพาะการตรงต่อเวลาและความซื่อสัตย์สุจริต การมีมนุษยสัมพันธ์ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมและมีจิตสำนึกและจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่สูง สำหรับปัญหาของมัคคุเทศก์นำเที่ยว ได้แก่ ปัญหาในการใช้แหล่งสารสนเทศ ปัญหาด้านความรู้ด้านภาษา ปัญหาการขาดทักษะในการเจรจา และปัญหานักท่องเที่ยวไม่เห็นความสำคัญและขาดความสนใจ เป็นต้น

งานวิจัยต่างประเทศ

Moutinho (1987 : 5) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการของการจัดการที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ การใช้ และการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการ การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่เป็นการลงทุนที่ไม่ทราบถึงผลตอบแทนที่จะได้รับ และการตัดสินใจซื้อได้ถูกเตรียมการและวางแผน โดยมีการเก็บหอมและได้รับการพิจารณาไตร่ตรองมาเป็นระยะเวลาพอสมควร การตัดสินใจในการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลอย่างมากจากปัจจัยภายนอกของแต่ละบุคคล อาทิ บทบาทและอิทธิพลของครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม รวมถึงวัฒนธรรมย่อย การตัดสินใจทางการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ของหลายๆ องค์ประกอบ หนึ่งในหลายปัจจัยที่แตกต่างกันของพฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ผู้นำความคิดเห็น ภาพพจน์ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสาร ความทรงจำ แหล่งของข้อมูลติดต่อสื่อสารของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยง เป็นต้น

Min (1995 : 24) ได้ศึกษาการประเมินผลการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ทางการท่องเที่ยวของจีนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ของจีนประกอบด้วย ด้านทักษะ ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านความสามารถ และด้านการบริการ และนอกจากนั้นยังต้องมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นด้วย

Marukat (2002 : 1) ได้ศึกษาปัญหาของมัคคุเทศก์ที่บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะได้รับบริการจากมัคคุเทศก์ที่ไม่มีคุณภาพ โดยนำไปรับประทานอาหารในร้านที่มีอาหารไม่มีคุณภาพ และพักในโรงแรมที่ไม่ดี โดยพยายามผลักดันให้นักท่องเที่ยวไปซื้อของยังร้านที่มัคคุเทศก์ได้รับค่าตอบแทน ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง

Jize (2004 : 1) ได้ศึกษาการให้รางวัลแก่มัคคุเทศก์ในประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่า ตามปกติจีนจะไม่มีประเพณีการให้รางวัลแก่มัคคุเทศก์เมื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสร็จแล้ว แต่จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศจีนเห็นว่า การให้รางวัลแก่มัคคุเทศก์เป็นเงินจะสามารถทำให้มัคคุเทศก์พัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้

Lau and McKercher (2004 : 279) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางครั้งแรกและนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาครั้งแรกในประเทศฮ่องกงมีแรงจูงใจเพื่อทำการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในกิจกรรมต่างๆ ที่

ไม่เคยเห็นและเป็นของแปลกใหม่ และนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้วมีแรงจูงใจในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านการซื้อของ การรับประทานอาหาร และการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้ไปกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาดท่องเที่ยวได้

Lehto and others (2004 : 308) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อของของนักท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและรูปแบบความชอบในการซื้อของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยกลุ่มของกิจกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว อายุ เพศ และประเภทของการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดีเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวยังสามารถนำไปใช้ในการวางแผนทางการตลาดและการบริหารการขาย ค่าใช้จ่าย และโอกาสของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้

Littrell, Paige and Song (2004 : 348) ได้ศึกษากิจกรรมและพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียในขณะที่ท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียชอบกิจกรรมกลางแจ้ง วัฒนธรรม กีฬาและกิจกรรมบันเทิง และแหล่งซื้อของชอบแตกต่างกัน ตั้งแต่ร้านขายปลีกขนาดเล็กตามริมถนน จนกระทั่งห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ แต่สิ่งที่สำคัญคือ ชอบรับทราบข้อมูลข่าวสารทางด้านแหล่งซื้อของเป็นอย่างยิ่ง

McKercher and Wong (2004 : 171) ได้ศึกษาความเข้าใจของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ตลาดการท่องเที่ยวทั้งหมดแบ่งออกเป็น 2 มิติ คือ การไปท่องเที่ยวครั้งแรกหรือครั้งต่อไป และสถานที่ท่องเที่ยวปลายทางครั้งแรกหรือครั้งต่อไป โดยปัจจัยทั้งสองสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้โดยมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน โดยเห็นว่าปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวปลายทางเป็นสิ่งที่เหมาะสมในการเข้าใจถึงความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่ปัจจัยการไปท่องเที่ยวช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างของพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Moscardo (2004 : 294) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อของซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการซื้อของในแหล่งท่องเที่ยวของออสเตรเลียแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในด้านการบริหารจัดการ การตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อไป

Poria, Butler and Airey (2004 : 19) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ในประเทศอิสราเอลนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งมรดกโลกเนื่องจาก การต้องการมีประสบการณ์ในการชมแหล่งมรดกโลก การได้ศึกษาเรียนรู้ และการได้พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งหากสามารถเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวได้ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อทางด้านการตลาดท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษางานวิจัยต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาจากปัจจัยส่วนบุคคล เช่น บทบาทและอิทธิพลของครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และเกี่ยวข้องกับหลายๆ องค์ประกอบรวมกัน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวปลายทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการซื้อของที่ระลึก การต้องการมีประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว การได้ศึกษาหาความรู้ และการได้พักผ่อนหย่อนใจ มัคคุเทศก์ควรมีมาตรฐานการปฏิบัติงานในด้านทักษะ ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านความสามารถ และด้านการบริการ ปัญหาของมัคคุเทศก์นำเที่ยวคือ มัคคุเทศก์ไม่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยการนำนักท่องเที่ยวไปซื้อของจากร้านที่คนรู้จักเพื่อให้ได้ค่าตอบแทน ทำให้ภาพพจน์ของมัคคุเทศก์และประเทศชาติเสียหายได้

อนึ่ง จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศพบว่า ยังมีส่วนที่ผู้วิจัยคนอื่นๆ ยังไม่ได้ศึกษาในส่วนของความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ว่ามีความต้องการมัคคุเทศก์ในลักษณะที่พึงประสงค์อย่างไร และความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากมัคคุเทศก์ด้วยว่าคุ้มค่ากับการเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างมัคคุเทศก์นำเที่ยวหรือไม่อย่างไร ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้คงจะได้เพิ่มเติมในส่วนที่ผู้วิจัยคนอื่นๆ ยังไม่ได้ศึกษาไว้ตามที่กล่าวมาข้างต้น ได้เป็นอย่างดีในอีกแง่มุมหนึ่ง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรียงตามลำดับของเนื้อหาได้ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้ และสร้างประสบการณ์จากการได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ แต่มิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ให้ตนเอง โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง อาทิเช่น การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมเพื่อนฝูงและญาติมิตร ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ และการท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจเป็นพิเศษ เป็นต้น ในการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ นักท่องเที่ยว และองค์ประกอบอื่นๆ คือ แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจ

ร้านอาหาร เป็นต้น นอกจากนั้นก็ยังมีองค์ประกอบสนับสนุนตัวอื่นๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานทาง ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และการสนับสนุนจากรัฐบาลหรือองค์กรเอกชน เป็นต้น ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวก็จะมีพฤติกรรมของการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามลักษณะ ของปัจจัยส่วนบุคคลอัน ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่อาศัย สถานภาพสมรส รายได้ แบบการดำเนินชีวิต และขั้นตอนในวงจรชีวิตครอบครัว เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม นักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่แสดงออกของนักท่องเที่ยวในการจัดหาสินค้าและ บริการเพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวในระดับราคาที่พึงพอใจ การศึกษาและทราบถึงพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกบริการที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดให้กับผู้รับ บริการหรือนักท่องเที่ยวจนกลายเป็นลูกค้าประจำได้

ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้น ย่อมมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันไป โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นลักษณะเฉพาะหรือความน่าสนใจของ แหล่งท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ คือ แหล่งท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา และ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่างๆ การได้เดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ ถือเป็นการเปิดโลกกว้างของการศึกษาเรียนรู้จากการ ได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต ฯลฯ ซึ่งปัจจัย เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยหลักค้ำและปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นได้ เพื่อ บำบัดความต้องการของตัวนักท่องเที่ยวเองตามทฤษฎีลำดับขั้นของแรงจูงใจในการเดินทางของนักวิชาการ ทางการท่องเที่ยวคือ Pearce and Caltabiano ที่กล่าวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทาง มากขึ้น เขาก็จะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้น

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ที่อธิบายว่า ความต้องการของ มนุษย์มีความต้องการมากมายแตกต่างและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด โดยจะแสวงหาความต้องการ ที่มีความสำคัญที่สุดก่อน เมื่อได้รับการตอบสนองความพอใจของตนเองแล้วก็ไม่เกิดความจำเป็น แล้วเริ่มแสวงหาความต้องการอื่นๆ ต่อไป เช่น ความต้องการมีคฤหาสน์ที่หรูหราน่าเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่ง เป็นความต้องการความสำเร็จในชีวิต โดยที่เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ที่สามารถสร้าง ความสำเร็จได้ ก็บังเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวซึ่งมีมีคฤหาสน์คอยอำนวยความสะดวกให้ได้รับ ความสำเร็จในชีวิตได้ในอีกระดับหนึ่ง ซึ่งหากมีคฤหาสน์ให้บริการด้วยความประทับใจ นักท่องเที่ยว ก็จะบังเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว และไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการนำเที่ยวของมีคฤหาสน์ขั้นได้ โดยมีคฤหาสน์ต้องมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ

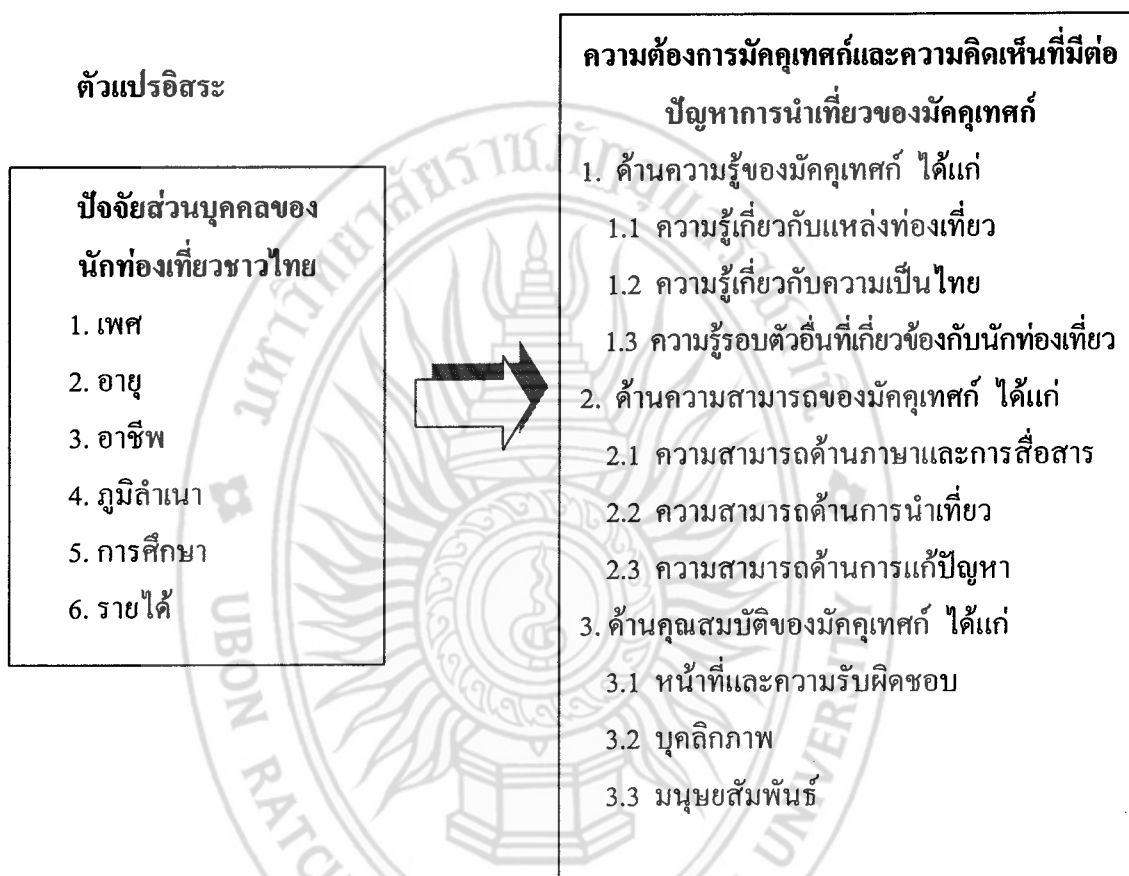
มัคคุเทศก์ คือ ผู้ที่ทำหน้าที่นำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยได้รับค่าตอบแทนจากบริษัทนำเที่ยวซึ่งเป็นผู้ว่าจ้าง ซึ่งมัคคุเทศก์มีความสำคัญต่อตัวนักท่องเที่ยว ต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และต่อประเทศชาติเป็นอย่างมาก นับว่าเป็นผู้ที่มิบทบาทและหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนของประเทศหรือของท้องถิ่น และในฐานะผู้นำเที่ยว ซึ่งจะต้องมีจรรยาบรรณและมีความรู้ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในวิชาชีพ มีความสามารถหลากหลาย และมีคุณสมบัติในด้านต่างๆ ที่ประกอบเป็นคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ อาทิเช่น ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความสามารถในด้านภาษาและวิชาการ และคุณสมบัติในด้านบุคลิกภาพที่สง่างามน่าเชื่อถือ และมีอารมณ์ขัน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นต้น ซึ่งมัคคุเทศก์ในปัจจุบันนี้ก็มีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดอยู่บ้างในด้านการขาดการสนับสนุนจากผู้ประกอบการนำเที่ยว ปัญหาในด้านการขาดทักษะการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และปัญหาด้านความรู้ความสามารถของตัวมัคคุเทศก์เอง เป็นต้น

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศของผู้วิจัยคนอื่นๆ พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกัน ไปขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส เป็นต้น นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม การได้เรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ การพักผ่อนหย่อนใจ และการให้รางวัลกับชีวิต เป็นต้น และในความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวนั้น ต้องการให้มัคคุเทศก์มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวให้เกิดความเข้าใจในระดับสูง มีความรู้ในด้านการบรรยายแหล่งท่องเที่ยว และภาษา ตลอดจนความสามารถในด้านวิชาการนำเที่ยวและการจัดการอย่างมืออาชีพ ส่วนปัญหาของมัคคุเทศก์นำเที่ยว ได้แก่ ปัญหาในด้านการใช้แหล่งสารนิเทศเพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในการประกอบอาชีพ ปัญหาด้านความรู้ทางภาษา ปัญหาการขาดทักษะในการจูงใจนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศของผู้วิจัยคนอื่นๆ นั้น พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาจากปัจจัยส่วนบุคคลเป็นอย่างมาก อาทิเช่น บทบาทและอิทธิพลของครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชนทางสังคม วัฒนธรรม โดยหลายๆ องค์ประกอบสัมพันธ์กัน นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวปลายทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการซื้อของที่ระลึก การต้องการมีประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยว การได้ศึกษาหาความรู้ และการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น โดยมัคคุเทศก์นำเที่ยวควรมีมาตรฐานการปฏิบัติงานในด้านทักษะ ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านความสามารถ และด้านการบริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

เพื่อให้เกิดคุณภาพยิ่งขึ้น สำหรับปัญหาของมัคคุเทศก์นำเที่ยวคือ มัคคุเทศก์ไม่มีคุณภาพและขาดคุณธรรม โดยการนำนักท่องเที่ยวไปซื้อของจากร้านที่ตนรู้จักเพื่อให้ได้ค่าตอบแทน ทำให้ภาพพจน์ของมัคคุเทศก์และประเทศชาติเสียหายได้ ดังแสดงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ตามแผนภูมิที่ 2.4

ตัวแปรตาม



แผนภูมิที่ 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมุติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการมัลลเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยว
ในจังหวัดอุบลราชธานี

สมมุติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้
ต่างกัน มีความต้องการมัลลเทศก์แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัลลเทศก์
ในจังหวัดอุบลราชธานี

สมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้
ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัลลเทศก์แตกต่างกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการวิจัย โดยมีข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรตัวอย่างโดยตรง โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้รวบรวมจากเอกสารวิชาการ นิตยสาร วารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการค้นคว้าวิจัยและ Web-site โดยเก็บรวบรวมจากสำนักหอสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ หอสมุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และทางระบบอินเทอร์เน็ต

สำหรับรายละเอียดของวิธีดำเนินการดำเนินการวิจัยมีตามลำดับต่อไปนี้

1. ประชากร
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่มัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยว ณ จังหวัดอุบลราชธานี ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2547 โดยใช้ฐานข้อมูลจากกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รวบรวมไว้จำนวน 466 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2547 : 79) ประกอบด้วย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุงแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยภาคสนาม

ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 366 คน
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ จำนวน 76 คน
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม จำนวน 24 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ดำเนินการโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานีพร้อมด้วยมัลลเทศก์นำเที่ยว โดยแบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม (สุดาควง เรืองรุจิระ 2534 : 102) คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ณ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ หาดวัดใต้ หาดคูเคือ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เสาเฉลียง แม่น้ำสองสี น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย เขื่อนสิรินธร และแก่งสะพือ
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ณ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดหนองบัว วัดสุปฏิหารามวรวิหาร วัดมหาวนาราม วัดทุ่งศรีเมือง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี วัดบ้านนาเมือง ผาแต้ม วัดหนองป่าพง และวัดป่านานาชาติ
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ณ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของบ้านปะอ่าว ชายแดนช่องเม็ก ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอุบลราชธานี และศูนย์ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของบ้านท่าซ้องเหล็ก

ผลจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการดังกล่าวข้างต้น ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์การวิจัยภาคสนาม จำนวน 214 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จของ Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan 1970 : 607-610, อ้างถึงใน ทองใบ สุคชาวี 2546 : 24-26) ซึ่งคำนวณโดยใช้สัดส่วนดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ที่ใช้ในการวิจัยภาคสนาม

นักท่องเที่ยวยชาวไทย	จำนวน (คน)
1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ	168
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์	35
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม	11
รวม (คน)	214

อย่างไรก็ตามในการเก็บข้อมูลจริงในภาคสนาม ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Technique) ได้จำนวน 214 คน ดังตารางที่ 3.1

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามแนวทางและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และจากการค้นคว้าและคัดแปลงจากหนังสือ เอกสารต่างๆ รวมทั้งแนวความคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้ที่ได้ทำวิจัยมาแล้ว โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะข้อมูลที่เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะหน่วยงาน/บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ และคำถามปลายเปิด จำนวน 16 ข้อ โดยแบ่งสัดส่วนของคำถามดังแสดงไว้ในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 สัดส่วนของข้อคำถามในแบบสอบถาม

ที่	ส่วนคำถาม	ข้อ	จำนวนข้อ	ร้อยละ
1	ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยชาวไทย	1-6	6	11.77
2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวยของนักท่องเที่ยวยชาวไทย	7-20	14	27.45
3	ปัจจัยด้านความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ	21-35	15	29.41
4	ความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวยของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี	36-51	16	31.37
รวม			51	100

การสร้างเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งได้แก่ แบบสอบถามนั้นมีรายละเอียด

ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งศึกษารูปแบบวิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษา
2. กำหนดกรอบแนวความคิดจากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา โดยวิเคราะห์แยกประเด็นที่ต้องการศึกษา และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
3. ออกแบบและสร้างเครื่องมือ โดยออกแบบสอบถามจากกรอบแนวคิด
4. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำแล้วทำการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
5. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ทำการประเมินหาค่าความสอดคล้องภายในของเครื่องมือในการวิจัย (Content Validity) โดยการประเมินข้อคำถามว่าสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัดเพียงใด ซึ่งใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกำหนดค่าตัวเลขดังนี้
 - ค่า +1 หมายถึง สอดคล้อง
 - ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 - ค่า -1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

6. ขอรับเครื่องมือในการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญคืน แล้วนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Consistency) ของข้อคำถามในแต่ละข้อ ถ้าค่า $IOC \geq 0.6$ แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัด แต่ถ้าค่า $IOC < 0.6$ แสดงว่าข้อคำถามข้อนั้นวัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัด ถือว่าใช้ไม่ได้ ให้สร้างขึ้นมาทดแทนใหม่กรณีที่เห็นว่าไม่ครอบคลุม ซึ่งสูตรในการคำนวณหาค่า IOC ของ Rowinelli and Hambleton (Rowinelli and Hambleton 1977 : 82, อ้างถึงใน ถ้วน สายยศ และอังคณา สายยศ 2539 : 249) คือ

$$IOC = \frac{e1 + e2 + \dots + e5}{n}$$

IOC = ค่าความสอดคล้องของข้อคำถามข้อที่ 1

e1 = ค่าคะแนนของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

7. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (Try Out) ณ แหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ทั้ง 3 ประเภท

8. นำแบบสอบถามไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับ (Reliability Analysis) เพื่อประเมินว่าเครื่องมือในการวิจัยแต่ละด้านมีคุณภาพพอที่จะนำไปใช้ได้หรือไม่ โดยการคำนวณหาค่า Alpha Coefficient (α) ตามวิธีของ Cronbach ตามที่ Nunnally ได้เสนอแนะไว้ คือ มีค่าเท่ากับ 0.7 ขึ้นไป สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Nunnally 1978 : 245-246, อ้างถึงใน ทองใบ สุดขารี 2546 : 102)

9. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงต่อไป

สำหรับการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือทั้งฉบับและรายด้านนั้น แสดงไว้ตามตารางที่ 3.3 ดังนี้ คือ

ตารางที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่นแบบ Alpha Coefficient
1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	.82
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	.85
3. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	.83
4. ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์	.82
5. ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์	.85
6. ด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	.83
เครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับ	.92

จากตารางที่ 3.3 เครื่องมือในการวิจัยมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .92 ส่วนค่าความเชื่อมั่นด้านความรู้และปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ .82 ด้านความสามารถและปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ .85 และด้านคุณสมบัติและปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ .83 ถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและนำไปใช้ในการวิจัยได้ เป็นไปตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978 : 245-246, อ้างถึงใน ทองใบ สุคชารี 2546 : 102)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองตามแหล่งของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แห่ง ในระหว่างวันที่ 3-16 มีนาคม พ.ศ.2548 เป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ พร้อมแบบสอบถามจำนวน 214 ชุดไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี แล้วให้นักท่องเที่ยวกรอกแบบสอบถามและรอรับแบบสอบถามกลับคืนมา หลังจากที่ได้รวบรวมแบบสอบถามแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบแบบวันต่อวัน เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความเป็นเอกภาพของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ แบบสอบถามที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดถูกนำมาตรวจสอบความเรียบร้อยว่าคำตอบมีความสมบูรณ์ครบทุกข้อทุกตอน จากนั้นจึงลงรหัส (Coding) ข้อมูล เพื่อเตรียมไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และค่า F

2. เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย (ลิวน สายยศ และอังคณา สายยศ 2540 : 96) เป็นดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกได้ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามคือ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (Reliability Analysis) โดยใช้วิธีหาค่า Alpha Coefficient ตามวิธีการของ Cronbach (Cavana and others 2001 : 320, อ้างถึงใน ศิริชัย พงษ์วิชัย 2545 : 123-152)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่า t และ ค่า F (บุญชม ศรีสะอาด 2541 : 102)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ลำดับการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดลำดับการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืน และเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุด จำนวน 214 ฉบับ โดยแบ่งเป็นตอนตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ตอนที่ 1 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 เสนอผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยว ระยะเวลาพำนักในการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว บุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย ข้อมูลข่าวสารประกอบการท่องเที่ยว ข้อมูลที่ต้องการประกอบการท่องเที่ยว การรับทราบเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว สิ่งจูงใจที่มีผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวแล้ว และแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 เสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ ประกอบด้วย ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และค่า F ซึ่งใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ยของ ถ้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2540 : 96) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51–5.00	หมายถึง	มีความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51–4.50	หมายถึง	มีความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51–3.50	หมายถึง	มีความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการในระดับน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้เสนอผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิฐานะ การศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวว่าได้ผลการวิจัยเหมือนหรือแตกต่างจากสมมติฐานการวิจัยหรือไม่

ตอนที่ 4 เสนอผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และค่า F ซึ่งใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ยของ ถ้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ (2540 : 96) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง	มีความคิดเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีในระดับน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้เสนอผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิฐานะ การศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวว่าได้ผลการวิจัยเหมือนหรือแตกต่างจากสมมติฐานการวิจัยหรือไม่

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่นๆ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์จากข้อคำถามปลายเปิดให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ อย่างเสรี

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้สื่อความหมายในการวิจัย

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอ และแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	การทดสอบค่า t
p	แทน	ค่านัยสำคัญของการทดสอบค่า t หรือค่า F
df	แทน	ค่าองศาความเป็นอิสระ
SS	แทน	ผลรวมของความแปรปรวน
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวน
F	แทน	การทดสอบค่า F
LSD	แทน	เทคนิคการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่มีค่านัยสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 เสนอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	96	44.90
1.2 หญิง	118	55.10
รวม	214	100.00
2. อายุ		
2.1 ไม่เกิน 34 ปี	105	49.10
2.2 35-49 ปี	64	29.90
2.3 50 ปีขึ้นไป	45	21.00
รวม	214	100.00
3. อาชีพ		
3.1 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	34.60
3.2 ลูกจ้างบริษัท	36	16.80
3.3 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	21	9.80
3.4 เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	7	3.30
3.5 แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	28	13.10
3.6 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	48	22.40
รวม	214	100.00
4. ภูมิลำเนา		
4.1 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	28	13.10
4.2 ภาคเหนือ	10	4.70
4.3 ภาคกลาง	21	9.80
4.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	133	62.10
4.5 ภาคใต้	22	10.30
รวม	214	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. การศึกษา		
5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	28.00
5.2 ปริญญาตรี	137	64.00
5.3 สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	17	8.00
รวม	214	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 ไม่มีรายได้	38	17.80
6.2 ต่ำกว่า 3,500 บาท	5	2.30
6.3 3,500-6,999 บาท	19	8.90
6.4 7,000-14,999 บาท	64	29.90
6.5 15,000-39,999 บาท	77	36.00
6.6 40,000 บาทขึ้นไป	11	5.10
รวม	214	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 214 คน จำแนกตามเพศเป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือร้อยละ 55.10 ส่วนเพศชายร้อยละ 44.90 ในส่วนของอายุกลุ่มตัวอย่าง มีอายุไม่เกิน 34 ปี มากที่สุด คือร้อยละ 49.10 รองลงมาอายุ 35-49 ปี ร้อยละ 29.90 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 21.00 ตามลำดับ ในส่วนของอาชีพกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด คือร้อยละ 34.60 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 22.40 ลูกจ้างบริษัท ร้อยละ 16.80 อาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ ร้อยละ 13.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 9.80 และ อาชีพเกษตรกร/ช่าง/รับจ้าง ร้อยละ 3.30 ตามลำดับ ในส่วนของภูมิลำเนา ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด คือร้อยละ 62.10 รองลงมาคือภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ร้อยละ 13.10 ภาคใต้ ร้อยละ 10.30 ภาคกลาง ร้อยละ 9.80 และภาคเหนือ ร้อยละ 4.70 ตามลำดับ ในส่วนของการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือร้อยละ 64.00 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 28.00 และมีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 8.00 ตามลำดับ และในส่วนของรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีรายได้ต่อเดือน

ระหว่าง 15,000-39,999 บาท มากที่สุด คือร้อยละ 36.00 รองลงมา มีรายได้อีกต่อเดือนระหว่าง 7,000-14,999 บาท ร้อยละ 29.90 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 17.80 มีรายได้อีกต่อเดือนระหว่าง 3,500-6,999 บาท ร้อยละ 8.90 มีรายได้อีกต่อเดือนตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 5.10 และมีรายได้อีกต่อเดือนต่ำกว่า 3,500 บาท ร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 เสนอข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว		
1.1 การพักผ่อน/พักผ่อน	156	72.90
1.2 เยี่ยมญาติพี่น้อง/เพื่อน	15	7.00
1.3 ประชุมสัมมนา	7	3.30
1.4 แข่งขันกีฬา	2	0.90
1.5 ท่องเที่ยวโดยได้รางวัล	2	0.90
1.6 เจริญธุรกิจ	6	2.80
1.7 ศาสนา (ทอดกฐิน/ผ้าป่า)	8	3.70
1.8 อื่นๆ	18	8.40
รวม	214	100.00
2. ความถี่ในการท่องเที่ยว		
2.1 หนึ่งครั้งต่อปี	69	32.20
2.2 สองครั้งต่อปี	43	20.10
2.3 สามครั้งต่อปี	38	17.80
2.4 มากกว่าสามครั้งต่อปีขึ้นไป	64	29.90
รวม	214	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
3. จำนวนสมาชิกในการท่องเที่ยว		
3.1 หนึ่งคน	60	28.00
3.2 สองคน	36	16.80
3.3 สามคน	35	16.40
3.4 มากกว่าสามคนขึ้นไป	83	38.80
รวม	214	100.00
4. ระยะเวลาทำน้กในการท่องเที่ยว		
4.1 วันเดียว	87	40.70
4.2 ค้าง 1-2 คืน	102	47.70
4.3 ค้าง 3 คืนขึ้นไป	25	11.70
รวม	214	100.00
5. อำนาจในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว		
5.1 ตัดสินใจด้วยตนเอง	52	24.30
5.2 โดยครอบครัวมีส่วนร่วม	105	49.10
5.3 โดยเพื่อนฝูงมีส่วนร่วม	50	23.40
5.4 ไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง	7	3.30
รวม	214	100.00
6. ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว		
6.1 ด้วยตนเอง	138	64.50
6.2 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	10	4.70
6.3 การนำเที่ยวของหน่วยงาน	38	17.80
6.4 การนำเที่ยวขององค์กร มูลนิธิ วัด	3	1.40
6.5 คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว	12	5.60
6.6 อื่นๆ	13	6.10
รวม	214	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรทงเทียว	จำนวน	ร้อยละ
7. บุคคลที่ทงเทียวคัวย		
7.1 คนเคียว	7	3.30
7.2 กรุ่มนคนเฉพาะครอบครัว	127	59.30
7.3 กรุ่มนคนทัวไป ขนาดไมเกิน 25 คน	21	9.80
7.4 กรุ่มนคนทัวไป ขนาดเกิน 25 คน	59	27.60
รวม	214	100.00
8. กรรรับทรบข้อมุลขัวสารประกอบกรรทงเทียว		
8.1 ไมมีและไมจ้เป็นค้องมี	75	35.00
8.2 มีเทียงพอแล้ว	44	20.60
8.3 มีไมเทียงพอและค้องกรรข้อมุล	75	35.00
8.4 ไมมีและค้องกรรข้อมุลเทียมเติม	20	9.30
รวม	214	100.00
9. ข้อมุลที่ค้องกรรประกอบกรรทงเทียว		
9.1 เส้นทง ระยะเวลา	114	53.30
9.2 สดณที่รับประทณอหกร	9	4.20
9.3 สดณที่พัคแรม	25	11.70
9.4 แหล่งทงเทียว	48	22.40
9.5 อื่นๆ	18	8.40
รวม	214	100.00
10. สือที่ให้ข้อมุลกรรทงเทียว		
10.1 สือบุคคล	158	73.80
10.2 สือมवलชน	42	19.60
10.3 สือเฉพาะกร	14	6.50
รวม	214	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมगत่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
11. เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว		
11.1 คำชวนจากเพื่อนหรือญาติ	72	33.60
11.2 เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	45	21.00
11.3 บทความในหนังสือวารสาร	7	3.30
11.4 ความเหมาะสมกับเวลา	50	23.40
11.5 รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	7	3.30
11.6 พบบุคคลอื่นมาเที่ยว	18	8.40
11.7 คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	6	2.80
11.8 เป็นผลพลอยได้จากกิจกรรมอื่น	9	4.20
รวม	214	100.00
12. สิ่งจูงใจต่อการเลือกท่องเที่ยว		
12.1 ที่พักแรม	10	4.70
12.2 การคมนาคมขนส่งสะดวก	40	18.70
12.3 ร้านอาหารและภัตตาคาร	5	2.30
12.4 บริการนำเที่ยวน่าสนใจ	18	8.40
12.5 แหล่งท่องเที่ยวสวยงาม	118	55.10
12.6 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	16	7.50
12.7 ข้อมูลข่าวสารที่ดี	7	3.30
รวม	214	100.00
13. แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยว		
13.1 ผานแต้ม	212	99.10
13.2 แก่งตะนะ	2	0.90
รวม	214	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
14. แหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ		
14.1 ผาแต้ม	160	74.80
14.2 แก่งตะนะ	6	2.80
14.3 ภูจองนายอย	6	2.80
14.4 แก่งสะพือ	23	10.70
14.5 แม่น้ำสองสี	1	0.50
14.6 ชายแดนช่องเม็ก	8	3.70
14.7 วัดบ้านนาเมือง	1	0.50
14.8 วัดหนองบัว	3	1.40
14.9 ไม่สามารถเลือกได้ เนื่องจากมาเที่ยวเพียงแห่งเดียว	6	2.80
รวม	214	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน/พักผ่อน ถึงร้อยละ 72.90 รองลงมาคือ เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ทศนศึกษา ไม่รู้ว่าจะไปเที่ยวที่ไหนดีเนื่องจากที่บ้านอยู่ใกล้ ร้อยละ 8.40 และมาเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง/เพื่อนฝูง ร้อยละ 7.00 ตามลำดับ ในส่วนของความถี่ในการมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวแล้วเพียงหนึ่งครั้ง ร้อยละ 32.20 รองลงมาเคยมาเที่ยวมากกว่าสามครั้งแล้วร้อยละ 29.90 เคยมาเที่ยวสองครั้งแล้วร้อยละ 20.10 และเคยมาเที่ยวสามครั้งแล้วร้อยละ 17.80 ตามลำดับ จำนวนสมาชิกในครอบครัวร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกันมากกว่าสามคนขึ้นไปมีมากที่สุดถึงร้อยละ 38.80 รองลงมาคือจำนวนสมาชิกในครอบครัวร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกันเพียงคนเดียวร้อยละ 28.00 จำนวนสมาชิกสองคนและสามคนร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกันใกล้เคียงกันร้อยละ 16.80 และ 16.40 ตามลำดับ ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวซึ่งค้าง 1-2 คืนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาเป็นวันเดียวร้อยละ 40.70 และค้าง 3 คืนขึ้นไปร้อยละ 11.70 ตามลำดับ ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวตัดสินใจโดยครอบครัวมีส่วนร่วมมากที่สุดถึงร้อยละ 49.10 รองลงมาตัดสินใจด้วยตนเองและเพื่อนฝูงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 24.30 และ 23.40 ตามลำดับ ลักษณะ

การเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองร้อยละ 64.50 รองลงมาคือไปกับหน่วยงานนำเที่ยวร้อยละ 17.80 และอื่นๆ เช่น ตอบว่าไปกับครอบครัว ร้อยละ 6.10 ตามลำดับ ในการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะไปกับกลุ่มคนในครอบครัวร้อยละ 59.30 รองลงมาคือ กลุ่มคนทั่วไปขนาดเกิน 25 คน ร้อยละ 27.60 และกลุ่มคนทั่วไปขนาดไม่เกิน 25 คน ร้อยละ 9.80 ตามลำดับ ความต้องการในด้านข้อมูลข่าวสารประกอบการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนร้อยละ 35.00 ไม่มีและไม่จำเป็นต้องมีข้อมูล และมีข้อมูลไม่เพียงพอและต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในสัดส่วนที่เท่ากัน รองลงมาคือมีข้อมูลเพียงพอแล้วร้อยละ 20.60 ตามลำดับ ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวสะดวกมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางระยะทางมากที่สุดร้อยละ 53.30 รองลงมาคือข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 22.40 ตามลำดับ ประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับก่อนมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า สื่อบุคคล เช่น เพื่อน และญาติพี่น้องมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดร้อยละ 73.80 รองลงมาคือ สื่อมวลชนร้อยละ 19.60 และสื่อเฉพาะกิจร้อยละ 6.50 ตามลำดับ ก่อนมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คำชวนจากเพื่อนฝูงและญาติมิตรมากที่สุดร้อยละ 33.60 รองลงมาคือ ความเหมาะสมกับเวลาร้อยละ 23.40 และเคยไปเที่ยวแล้วประทับใจร้อยละ 21.00 ตามลำดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามมากที่สุดร้อยละ 55.10 รองลงมาคือ การคมนาคมขนส่งสะดวกร้อยละ 18.70 และบริการนำเที่ยวน่าสนใจร้อยละ 8.40 ตามลำดับ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่นักท่องเที่ยวได้เคยไปท่องเที่ยวมาแล้วมีเพียง 2 แห่งคือ ผาแต้มร้อยละ 99.10 และแก่งตะนะร้อยละ 0.90 ตามลำดับ ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดคือ ผาแต้ม สูงถึงร้อยละ 74.80 รองลงมาคือแก่งสะพือร้อยละ 10.70 และชายแดนช่องเม็กร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 เสนอปัจจัยด้านความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยว
ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์

ลำดับ	รายการ	ระดับความต้องการ		
		\bar{X}	S	แปลผล
1	ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว	4.25	.89	มาก
2	ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	4.20	1.02	มาก
3	ความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.18	.85	มาก
4	ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.14	.91	มาก
5	ความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	4.04	.94	มาก
รวม		4.16	.77	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ในภาพรวมด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวมีความต้องการมัคคุเทศก์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ส่วนในรายละเอียดเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือนักท่องเที่ยวต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$) ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.20$) และความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.18$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยว
ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์

ลำดับ	รายการ	ระดับความต้องการ		
		\bar{X}	S	แปลผล
1	ความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	4.31	.83	มาก
2	ความสามารถในการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	4.27	.88	มาก
3	ความสามารถในการการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	4.24	.91	มาก
4	ความสามารถในพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว	4.20	.95	มาก
5	ความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	4.14	.84	มาก
รวม		4.23	.78	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ในภาพรวมด้านความสามารถของมัคคุเทศก์นักท่องเที่ยวมีความต้องการมัคคุเทศก์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) ส่วนในรายละเอียดเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.31$) ความสามารถในการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.27$) และความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.24$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยว
ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์

ลำดับ	รายการ	ระดับความต้องการ		
		\bar{X}	S	แปลผล
1	คุณสมบัติในการมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาในการเดินทาง	4.45	.71	มาก
2	คุณสมบัติในการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ทุกคนอย่างต่อเนื่อง	4.36	.76	มาก
3	คุณสมบัติที่มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว ตลอดการนำเที่ยว	4.34	.74	มาก
4	คุณสมบัติในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลัง ความสามารถ	4.33	.73	มาก
5	คุณสมบัติในการแต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ	4.25	.85	มาก
รวม		4.35	.65	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ในภาพรวมด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวมีความต้องการมัคคุเทศก์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ส่วนในรายละเอียดเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวมีความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.45$) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.36$) และ การมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดการนำเที่ยว ($\bar{X} = 4.34$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยว
ในภาพรวม

รายการ	ระดับความต้องการ		
	\bar{X}	S	แปลผล
1. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	4.34	.64	มาก
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	4.23	.78	มาก
3. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	4.16	.77	มาก
รวม	4.25	.65	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยว มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนความต้องการในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.23$) และด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.16$)

การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 กำหนดว่า

นักท่องเที่ยงที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิสำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน นำเสนอตามตารางที่ 4.7 4.9 4.11 4.17 4.21 และ 4.27

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัคคุเทศก์โดยการทดสอบค่า t
จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัคคุเทศก์	เพศ				t	p
	ชาย (n = 96)		หญิง (n = 118)			
	\bar{X}	S	\bar{X}	S		
1. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	4.27	.73	4.41	.57	-1.57	.12
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	4.23	.80	4.24	.78	-.16	.87
3. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	4.17	.77	4.16	.80	.07	.94
รวม	4.22	.70	4.27	.62	-.55	.58

จากตารางที่ 4.7 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยงที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยงเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัคคุเทศก์	อายุ					
	อายุ 35-49 ปี		อายุไม่เกิน 34 ปี		อายุ 50 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	4.24	.67	4.18	.83	4.02	.81
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	4.35	.53	4.21	.92	4.12	.74
3. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	4.49	.54	4.30	.70	4.26	.64
รวม	4.36	.49	4.23	.73	4.13	.65

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เมื่อเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยความต้องการมัคคุเทศก์ ทั้งรายด้านและภาพรวม โดยจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-49 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 34 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัคคุเทศก์โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.41	.70	1.16	.32
	ภายในกลุ่ม	211	128.03	.61		
	รวม	213	129.44			
2. ด้านความสามารถของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.49	.75	1.21	.30
	ภายในกลุ่ม	211	130.45	.62		
	รวม	213	131.94			
3. ด้านคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.79	.90	2.16	.12
	ภายในกลุ่ม	211	87.51	.42		
	รวม	213	89.30			
ภาพรวม ความต้องการมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.42	.71	1.68	.19
	ภายในกลุ่ม	211	89.24	.42		
	รวม	213	90.66			

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ความต้องการ มัคคุเทศก์	อาชีพ											
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		เกษตรกร/ช่าง/รับจ้าง		แม่บ้าน/ ข้าราชการ บำนาญ/ ผู้สูงอายุ		นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านความรู้ของ มัคคุเทศก์	4.36	.51	4.41	.53	3.72	1.06	3.89	1.09	4.29	.49	3.85	1.03
2. ด้านความสามารถ ของมัคคุเทศก์	4.38	.64	4.42	.48	3.71	.88	4.60	.31	4.41	.40	3.94	1.12
3. ด้านคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	4.57	.51	4.31	.46	3.99	.77	4.74	.38	4.41	.47	4.10	.85
รวม	4.44	.46	4.38	.44	3.81	.81	4.41	.43	4.37	.39	3.96	.90

จากตารางที่ 4.10 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อาชีพลูกจ้างบริษัท ($\bar{X} = 4.41$) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.36$) และแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.29$)

ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อาชีพเกษตรกร/ช่าง/รับจ้าง ($\bar{X} = 4.60$) แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.41$) และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.38$)

ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อาชีพเกษตรกร/ช่าง/รับจ้าง ($\bar{X} = 4.74$) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.57$) และแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.41$)

สำหรับในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.44$) เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง ($\bar{X} = 4.41$) และลูกจ้างของบริษัท ($\bar{X} = 4.38$)

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัลกุเทศก์โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวน

ความต้องการมัลกุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านความรู้ของมัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	14.58	2.92	5.28	.01
	ภายในกลุ่ม	208	114.86	.55		
	รวม	213	129.44			
2. ด้านความสามารถของ มัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	14.62	2.92	5.18	.01
	ภายในกลุ่ม	208	117.33	.56		
	รวม	213	131.95			
3. ด้านคุณสมบัติของ มัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	10.56	2.11	5.58	.01
	ภายในกลุ่ม	208	78.74	.38		
	รวม	213	89.30			
ภาพรวม ความต้องการมัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	11.78	2.36	6.21	.01
	ภายในกลุ่ม	208	78.89	.38		
	รวม	213	90.67			

จากตารางที่ 4.11 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัลกุเทศก์ของนักท่องเที่ยวนที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการมัลกุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.12 – 4.15

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวน

ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวนที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.12 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความรู้ของมัลกุเทศก์
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.36		.05	.63*	.47	.07	.50*
2. ลูกจ้างบริษัท	4.41			.69*	.53	.13	.56*
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.72				.16	-.57*	.13
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	3.89					.40	.03
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	4.29						.57*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.85						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทมีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุมีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.38		-.04	.67*	-.22	-.03	.44*
2. ลูกจ้างบริษัท	4.42			.71*	-.18	-.01	.48*
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.71				-.89*	-.70*	-.22
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	4.60					.19	.66*
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	4.41						.48*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.94						

*นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง และอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้างมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.57		.26*	.58*	-.17	.16	.47*
2. ลูกจ้างบริษัท	4.31			.32	-.43	-.10	.21
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.99				-.75*	-.42*	-.11
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	4.74					.33	.64*
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	4.41						.31*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4.10						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากอาชีพเกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง และอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้างมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความถี่ความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1.ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.44		.05	.63*	.03	.06	.47*
2.ลูกจ้างบริษัท	4.38			.57*	-.03	.01	.42*
3.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.81				-.60*	-.56*	-.15
4.เกษตรกรกรม/ช่าง/รับจ้าง	4.41					.04	.45
5.แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	4.37						.41*
6.นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.96						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจ
ส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากอาชีพธุรกิจ
ส่วนตัว/ค้าขายและอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากอาชีพ
เกษตรกรกรม/ช่าง/รับจ้างและอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่าง
จากอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัคคุเทศก์	ภูมิลำเนา									
	กรุงเทพฯ		เหนือ		กลาง		อีสาน		ใต้	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	4.33	.59	4.62	.46	4.41	.47	4.06	.85	4.14	.78
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	4.19	.60	4.66	.39	4.65	.24	4.16	.89	4.15	.67
3. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	4.34	.49	4.68	.47	4.51	.36	4.31	.75	4.30	.37
รวม	4.29	.42	4.65	.42	4.52	.25	4.17	.74	4.20	.57

จากตารางที่ 4.16 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ภาคเหนือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

สำหรับในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัลคฤเทศก์โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวน

ความต้องการมัลคฤเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านความรู้ของมัลคฤเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	5.43	1.36	2.29	.06
	ภายในกลุ่ม	209	124.00	.59		
	รวม	213	129.43			
2. ด้านความสามารถ ของมัลคฤเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	6.33	1.58	2.64	.05
	ภายในกลุ่ม	209	125.61	.60		
	รวม	213	131.94			
3. ด้านคุณสมบัติของ มัลคฤเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.94	.49	1.16	.33
	ภายในกลุ่ม	209	87.35	.42		
	รวม	213	89.29			
ภาพรวม ความต้องการมัลคฤเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	4.00	1.00	2.41	.05
	ภายในกลุ่ม	209	86.66	.42		
	รวม	213	90.66			

จากตารางที่ 4.17 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัลคฤเทศก์ของนักท่องเที่ยวนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความต้องการมัลคฤเทศก์ทั้งด้านความสามารถและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.18 – 4.19

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวน

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความต้องการมัลคฤเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความต้องการมัลคฤเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัลคฤเทศก์
จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวน

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวน	ค่าเฉลี่ย	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวน				
		1	2	3	4	5
1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	4.19		-47	-46*	.03	.04
2. ภาคเหนือ	4.66			.01	.50	.51
3. ภาคกลาง	4.65				.49*	.49*
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.16					.00
5. ภาคใต้	4.15					

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวนที่มีภูมิลำเนา
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความต้องการมัลคฤเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนที่มีภูมิลำเนา
ในภาคกลาง

นักท่องเที่ยวนที่มีภูมิลำเนาในภาคกลางมีความต้องการมัลคฤเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวน
ที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว				
		1	2	3	4	5
1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	4.29		-0.37	-0.24	.11	.09
2. ภาคเหนือ	4.65			.13	.48*	.46
3. ภาคกลาง	4.52				.35*	.33
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.18					-.02
5. ภาคใต้	4.20					

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคกลาง มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัคคุเทศก์	การศึกษาของนักท่องเที่ยว					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	3.73	.96	4.31	.63	4.56	.50
2. ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	3.95	.94	4.32	.68	4.53	.72
3. ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	4.15	.65	4.39	.63	4.75	.55
รวม	3.94	.73	4.34	.59	4.62	.42

จากตารางที่ 4.20 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัลกุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัลกุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านความรู้ของมัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	16.64	8.32	15.57	.01
	ภายในกลุ่ม	211	112.80	.54		
	รวม	213	129.44			
2. ด้านความสามารถ ของมัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	7.55	3.77	6.40	.01
	ภายในกลุ่ม	211	124.40	.59		
	รวม	213	131.95			
3. ด้านคุณสมบัติของ มัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	5.44	2.72	6.85	.01
	ภายในกลุ่ม	211	83.85	.40		
	รวม	213	89.29			
ภาพรวม ความต้องการมัลกุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	9.06	4.53	11.71	.01
	ภายในกลุ่ม	211	81.61	.39		
	รวม	213	90.67			

จากตารางที่ 4.21 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัลกุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการมัลกุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.22- 4.25

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างกัน จากวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการมัลกุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	การศึกษา		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	3.73		-57*	-83*
2. ระดับปริญญาตรี	4.31			-26
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.56			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	การศึกษา		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	3.95		-38*	-58*
2. ระดับปริญญาตรี	4.32			-21
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.53			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านคุณสมบัติของมัลลาคูเทศก์
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยวน

การศึกษาของนักท่องเที่ยวน	ค่าเฉลี่ย	การศึกษา		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	4.15		-0.24*	-0.61*
2. ระดับปริญญาตรี	4.39			-0.36*
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.75			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวนที่มี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความต้องการมัลลาคูเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนที่มี การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความต้องการมัลลาคูเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวน ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัลลาคูเทศก์
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยวน

การศึกษาของนักท่องเที่ยวน	ค่าเฉลี่ย	การศึกษา		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	3.94		-0.40*	-0.67*
2. ระดับปริญญาตรี	4.34			-0.28
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.62			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวนที่มี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความต้องการมัลลาคูเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนที่มี การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ความต้องการ มัคคุเทศก์	รายได้ของนักท่องเที่ยว											
	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 3,500 บาท		3,500-6,999 บาท		7,000-14,999 บาท		15,000- 39,999 บาท		40,000 บาทขึ้นไป	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านความรู้ของ มัคคุเทศก์	3.67	1.07	4.40	.55	3.95	1.12	4.38	.47	4.25	.60	4.29	.89
2. ด้านความ สามารถของ มัคคุเทศก์	3.77	1.19	4.60	.24	4.31	.87	4.39	.64	4.30	.54	4.13	.87
3. ด้านคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์	4.01	.92	4.44	.33	4.29	.84	4.45	.48	4.47	.48	4.16	.80
รวม	3.82	.95	4.48	.26	4.18	.87	4.41	.45	4.34	.44	4.19	.79

จากตารางที่ 4.26 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท 7,000-14,999 บาท 40,000 บาทขึ้นไป 15,000-39,999 บาท 3,500-6,999 บาท และนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้

ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท 7,000-14,999 บาท 3,500-6,999 บาท 15,000-39,999 บาท 40,000 บาท ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้

ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-39,999 บาท 7,000-14,999 บาท ต่ำกว่า 3,500 บาท 3,500-6,999 บาท 40,000 บาท ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้

สำหรับภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท 7,000-14,999 บาท 15,000-39,999 บาท 40,000 บาทขึ้นไป 3,500-6,999 บาท และนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบด้านความต้องการมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ความต้องการมัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	14.38	2.88	5.20	.01
	ภายในกลุ่ม	208	115.06	.55		
	รวม	213	129.44			
2. ด้านความสามารถของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	10.95	2.19	3.77	.01
	ภายในกลุ่ม	208	120.99	.58		
	รวม	213	131.94			
3. ด้านคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	6.56	1.31	3.30	.01
	ภายในกลุ่ม	208	82.73	.40		
	รวม	213	89.29			
ภาพรวม ความต้องการมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	9.76	1.95	5.02	.01
	ภายในกลุ่ม	208	80.91	.39		
	รวม	213	90.67			

จากตารางที่ 4.27 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.28 – 4.31

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านความรู้ของมัคคุเทศก์
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	3.67		-.73*	-.28	-.72*	-.58*	-.62*
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	4.40			.45	.02	.15	.11
3. รายได้ 3,500 – 6,999 บาท	3.95				-.44*	-.30	-.34
4. รายได้ 7,000 – 14,999 บาท	4.38					.13	.09
5. รายได้ 15,000 – 39,999 บาท	4.25						-.04
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	4.29						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท 7,000-14,999 บาท 15,000-39,999 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 3,500-6,999 บาท มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	3.77		-.83*	-.53*	-.62*	-.53*	-.35
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	4.60			.29	.21	.30	.47
3. รายได้ 3,500 – 6,999 บาท	4.31				-.08	.00	.18
4. รายได้ 7,000 – 14,999 บาท	4.39					.09	.27
5. รายได้ 15,000 – 39,999 บาท	4.30						.18
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	4.13						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท 3,500-6,999 บาท 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	4.01		-0.43	-0.28	-0.44*	-0.46*	-0.15
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	4.44			.15	-0.01	-0.03	.28
3. รายได้ 3,500 – 6,999 บาท	4.29				-0.16	-0.17	.13
4. รายได้ 7,000 – 14,999 บาท	4.45					-0.02	.29
5. รายได้ 15,000 – 39,999 บาท	4.47						.30
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	4.16						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมของความต้องการมัคคุเทศก์
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	3.82		-0.66*	-0.36*	-0.59*	-0.52*	-0.38
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	4.48			.30	.07	.14	.29
3. รายได้ 3,500 – 6,999 บาท	4.18				-0.23	.16	-0.01
4. รายได้ 7,000 – 14,999 บาท	4.41					.07	.22
5. รายได้ 15,000 – 39,999 บาท	4.34						.15
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	4.19						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท 3,500-6,999 บาท 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

ตอนที่ 4 เสนอความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
ในจังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อปัญหา
การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์

ลำดับ	รายการ	ระดับปัญหาการนำเที่ยว		
		\bar{X}	S	แปลผล
1	ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว	2.66	1.03	ปานกลาง
2	ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	2.63	.99	ปานกลาง
3	ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว	2.50	1.01	น้อย
4	ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	2.50	1.06	น้อย
5	ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	2.24	1.19	น้อย
	รวม	2.50	.95	น้อย

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ในภาพรวมค่าเฉลี่ยปัญหาด้านการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยงเห็นว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.50$) ส่วนในรายละเอียด พบว่า ค่าเฉลี่ยปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวและที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยงเห็นว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.66$ และ $\bar{X} = 2.63$)

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักห้องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์

ลำดับ	รายการ	ระดับปัญหาการนำเที่ยว		
		\bar{X}	S	แปลผล
1	ปัญหาการขาดความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักห้องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	2.48	1.02	น้อย
2	ปัญหาการขาดความสามารถในการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักห้องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	2.45	1.06	น้อย
3	ปัญหาการขาดความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักห้องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	2.43	1.05	น้อย
4	ปัญหาการขาดความสามารถในการพูดกับนักห้องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว	2.42	1.11	น้อย
5	ปัญหาการขาดความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักห้องเที่ยว	2.38	1.26	น้อย
	รวม	2.43	.97	น้อย

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ในรายละเอียดและภาพรวมค่าเฉลี่ยปัญหาด้านการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ นักห้องเที่ยวเห็นว่า ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์

ลำดับ	รายการ	ระดับปัญหาการนำเที่ยว		
		\bar{X}	S	แปลผล
1	ปัญหาการอ่อนต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างต่อเนื่อง	2.46	1.02	น้อย
2	ปัญหาการขาดความตระหนักในการปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างเต็มกำลังความสามารถ	2.40	.97	น้อย
3	ปัญหาการขาดความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดการนำเที่ยว	2.34	.94	น้อย
4	ปัญหาการไม่ใส่ใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอดเวลาในการเดินทาง	2.30	1.02	น้อย
5	ปัญหาการแต่งกายไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ	2.07	1.06	น้อย
	รวม	2.32	.91	น้อย

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ในรายละเอียดและภาพรวมค่าเฉลี่ยปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อ
ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในภาพรวมของปัญหาการนำเที่ยว

รายการ	ระดับปัญหาการนำเที่ยว		
	\bar{X}	S	แปลผล
1. ด้านการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์	2.50	.95	น้อย
2. ด้านการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์	2.43	.97	น้อย
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	2.32	.91	น้อย
รวม	2.42	.87	น้อย

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.42$) ส่วนปัญหาในรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 2.50$) ปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 2.43$) และปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 2.32$)

การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 กำหนดว่า

นักท่องเที่ยงที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกันมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน นำเสนอตามตารางที่ 4.36 4.38 4.44 4.50 4.56 และ 4.62

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า t
จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์	เพศ				t	p
	ชาย (n = 96)		หญิง (n = 118)			
	\bar{X}	S	\bar{X}	S		
1. ด้านการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์	2.42	.97	2.57	.92	-1.20	.23
2. ด้านการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์	2.32	.97	2.53	.96	-1.57	.12
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	2.28	.96	2.34	.87	-.49	.63
รวม	2.34	.93	2.48	.81	-1.19	.24

จากตารางที่ 4.36 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์	อายุ					
	อายุไม่เกิน 34 ปี		อายุ 35-49 ปี		อายุ 50 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์	2.57	1.01	2.71	.80	2.05	.83
2. ด้านการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์	2.61	1.05	2.51	.78	1.92	.82
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	2.36	.93	2.57	.92	1.84	.66
รวม	2.51	.91	2.60	.77	1.94	.74

จากตารางที่ 4.37 เมื่อเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดความรู้และคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ และในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-49 ปี ไม่เกิน 34 ปี และ 50 ปีขึ้นไป

สำหรับในด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์เมื่อเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 34 ปี 35-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการขาดความรู้ของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	12.40	6.20	7.34	.01
	ภายในกลุ่ม	211	178.14	.84		
	รวม	213	190.54			
2. ด้านการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	15.18	7.59	8.70	.01
	ภายในกลุ่ม	211	184.26	.87		
	รวม	213	199.44			
3. ด้านการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	14.61	7.30	9.56	.01
	ภายในกลุ่ม	211	161.16	.76		
	รวม	213	175.77			
ภาพรวม ปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	13.32	6.66	9.53	.01
	ภายในกลุ่ม	211	147.54	.70		
	รวม	213	160.86			

จากตารางที่ 4.38 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันต่อ
ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวม
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดัง
ตารางที่ 4.39 – 4.42

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหา
การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความเห็นต่อ
ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.39 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ของ
มัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

อายุของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	อายุของนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. อายุไม่เกิน 34 ปี	2.57		-.14	.52*
2. อายุ 35-49 ปี	2.71			.66*
3. อายุ 50 ปีขึ้นไป	2.05			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 34 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-49 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.40 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

อายุของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	อายุของนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. อายุไม่เกิน 34 ปี	2.61		.10	.68*
2. อายุ 35-49 ปี	2.51			.58*
3. อายุ 50 ปีขึ้นไป	1.92			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 34 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-49 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.41 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ
ของมัลคฤเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

อายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	อายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. อายุไม่เกิน 34 ปี	2.36		-0.21	.52*
2. อายุ 35-49 ปี	2.57			.73*
3. อายุ 50 ปีขึ้นไป	1.84			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 34 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัลคฤเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-49 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัลคฤเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.42 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวนักท่องเที่ยว
ของมัลคฤเทศก์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

อายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	อายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. อายุไม่เกิน 34 ปี	2.51		-0.08	.57*
2. อายุ 35-49 ปี	2.60			.66*
3. อายุ 50 ปีขึ้นไป	1.94			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 34 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวของมัลคฤเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-49 ปี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวของมัลคฤเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์	อาชีพของนักท่องเที่ยว											
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษตรกรรวม/ ช่าง/รับจ้าง		แม่บ้าน/เข้า ราชการ บ้านอายุ/ผู้สูง อายุ		นักเรียน/ นิสิต/นัก ศึกษา	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านการขาด ความรู้ของ มัคคุเทศก์	2.72	.89	2.16	.60	2.17	.78	1.91	.49	1.92	.76	3.01	1.10
2. ด้านการขาด ความสามารถ ของมัคคุเทศก์	2.62	.92	2.07	.54	1.90	.61	2.14	.60	1.79	.73	3.08	1.12
3. ด้านการขาด คุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	2.51	.93	2.09	.45	2.06	.86	1.89	.81	1.79	.65	2.67	1.07
รวม	2.62	.82	2.10	.52	2.04	.73	1.98	.62	1.83	.68	2.92	.97

จากตารางที่ 4.43 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ พบว่า ในด้านปัญหาการขาดความรู้
เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

ในด้านปัญหาการขาดความสามารถเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักเรียน/นิสิต/
นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกรรวม/ช่าง/รับจ้าง

ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักเรียน/นิสิต/
นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัท

สำหรับในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย
คือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัท

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการขาดความรู้ของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	34.38	6.88	9.16	.01
	ภายในกลุ่ม	208	156.16	.75		
	รวม	213	190.54			
2. ด้านการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	45.82	9.17	12.41	.01
	ภายในกลุ่ม	208	153.61	.74		
	รวม	213	199.43			
3. ด้านการขาดคุณสมบัติ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	21.14	4.23	5.69	.01
	ภายในกลุ่ม	208	154.63	.74		
	รวม	213	175.77			
ภาพรวม ปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	32.47	6.50	10.52	.01
	ภายในกลุ่ม	208	128.39	.62		
	รวม	213	160.86			

จากตารางที่ 4.44 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันต่อ
ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีทั้ง
รายด้านและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่
ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.45 – 4.48

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความเห็นต่อ
ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็น
ต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.45 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ของ
มัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.72		.56*	.55*	.80*	.79*	-.30
2. ลูกจ้างบริษัท	2.16			-.02	.24	.23	-.86*
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2.17				.26	.25	-.84*
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	1.91					-.01	-1.10*
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	1.92						-1.09*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.01						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง และ แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง แม่บ้าน/ ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.46 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.62		.55*	.72*	.48	.83*	-.46*
2. ลูกจ้างบริษัท	2.07			.17	-.08	.28	-1.01*
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	1.90				-.25	.11	-1.18*
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	2.14					.36	-.94*
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	1.79						-1.29*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.08						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ และนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.47 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.51		.42*	.45*	.63	.73*	-.16
2. ลูกจ้างบริษัท	2.09			.03	.20	.30	-.58*
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2.06				.17	.27	-.61*
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	1.89					.10	-.78*
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	1.79						-.88*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	2.67						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง และแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.48 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.62		.51*	.57*	.63*	.78*	-.30*
2. ลูกจ้างบริษัท	2.10			.06	.12	.27	-.82*
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2.04				.06	.21	-.88*
4. เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง	1.98					.15	-.94*
5. แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ	1.83						-1.09*
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	2.92						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ และนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง และ แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว									
	กรุงเทพฯ		เหนือ		กลาง		อีสาน		ใต้	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์	2.17	.84	1.92	.73	2.19	.78	2.73	.96	2.15	.82
2. ด้านการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์	1.96	.86	1.84	.72	2.13	.93	2.68	.97	2.12	.74
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	1.93	.70	1.84	.72	2.20	.90	2.49	.94	2.07	.81
รวม	2.02	.78	1.87	.72	2.17	.84	2.63	.86	2.12	.73

จากตารางที่ 4.49 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ การขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ และภาพรวมของปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการขาดความรู้ของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	17.83	4.46	5.40	.01
	ภายในกลุ่ม	209	172.70	.83		
	รวม	213	190.53			
2. ด้านการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	21.92	5.48	6.45	.01
	ภายในกลุ่ม	209	177.52	.85		
	รวม	213	199.44			
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	12.09	3.02	3.86	.01
	ภายในกลุ่ม	209	163.68	.78		
	รวม	213	175.77			
ภาพรวม ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	16.83	4.21	6.10	.01
	ภายในกลุ่ม	209	144.04	.69		
	รวม	213	160.87			

จากตารางที่ 4.50 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน ต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดัง ตารางที่ 4.51-4.54

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความเห็น ต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.51 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว				
		1	2	3	4	5
1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	2.17		.25	-.02	-.55*	.02
2. ภาคเหนือ	1.92			-.27	-.81*	-.23
3. ภาคกลาง	2.19				-.54*	.04
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2.73					.57*
5. ภาคใต้	2.15					

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิภาคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ และภาคกลาง มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิภาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิภาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิภาคในภาคใต้

ตารางที่ 4.52 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว				
		1	2	3	4	5
1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	1.96		.12	-.18	-.72*	-.16
2. ภาคเหนือ	1.84			-.29	-.84*	-.28
3. ภาคกลาง	2.13				-.54*	.02
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2.68					.56*
4. ภาคใต้	2.12					

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
ภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ และภาคกลาง มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคใต้

ตารางที่ 4.53 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว				
		1	2	3	4	5
1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	1.93		.09	-.27	-.56*	-.14
2. ภาคเหนือ	1.84			-.36	-.65*	-.23
3. ภาคกลาง	2.20				-.29	.13
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2.49					.42*
5. ภาคใต้	2.07					

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.53 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
ภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภาคเหนือ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของ
มัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของ
มัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคใต้

ตารางที่ 4.54 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว				
		1	2	3	4	5
1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	2.02		.15	-.16	-.61*	-.10
2. ภาคเหนือ	1.87			-.31	-.76*	-.25
3. ภาคกลาง	2.17				-.46*	.06
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2.63					.52*
5. ภาคใต้	2.12					

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.54 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ และภาคกลาง มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคใต้

ตารางที่ 4.55 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์	การศึกษาของนักท่องเที่ยว					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์	2.80	.97	2.41	.90	2.21	1.05
2. ด้านการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์	2.84	.98	2.33	.90	1.85	.98
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์	2.53	.91	2.28	.88	1.82	.92
รวม	2.72	.82	2.34	.84	1.96	.95

จากตารางที่ 4.55 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในรายด้านและภาพรวม ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการขาดความรู้ของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	7.88	3.94	4.555	.01
	ภายในกลุ่ม	211	182.66	.87		
	รวม	213	190.54			
2. ด้านการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	17.07	8.53	9.87	.01
	ภายในกลุ่ม	211	182.37	.86		
	รวม	213	199.44			
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	7.13	3.57	4.46	.01
	ภายในกลุ่ม	211	168.64	.80		
	รวม	213	175.77			
ภาพรวม ปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	2	9.97	4.98	6.97	.01
	ภายในกลุ่ม	211	150.89	.72		
	รวม	213	160.86			

จากตารางที่ 4.56 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน ต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.57-4.60

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.57 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้ของ
มัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	การศึกษาของนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	2.80		.39*	.59*
2. ระดับปริญญาตรี	2.41			.20
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	2.21			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.57 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยว
ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.58 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	การศึกษาของนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	2.84		.51*	.99*
2. ระดับปริญญาตรี	2.33			.48*
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	1.85			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.58 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยว
ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.59 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	การศึกษาของนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	2.53		.25	.71*
2. ระดับปริญญาตรี	2.28			.46*
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	1.82			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.59 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.60 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	การศึกษาของนักท่องเที่ยว		
		1	2	3
1. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	2.72		.38*	.76*
2. ระดับปริญญาตรี	2.34			.38
3. ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	1.96			

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.60 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยว
ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.61 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	รายได้ของนักท่องเที่ยว											
	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 3,500 บาท		3,500-6,999 บาท		7,000-14,999 บาท		15,000- 39,999 บาท		40,000 บาท ขึ้นไป	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
1. ด้านการขาดความรู้ ของมัคคุเทศก์	3.06	1.09	2.60	.73	2.69	.96	2.20	.82	2.41	.85	2.64	1.04
2. ด้านการขาดความ สามารถของมัคคุเทศก์	3.13	1.09	2.84	.80	2.69	1.06	2.19	.85	2.21	.82	2.38	.85
3. ด้านการขาด คุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	2.65	1.07	2.60	.73	2.56	.91	2.16	.86	2.19	.85	2.35	.86
รวม	2.95	.93	2.68	.75	2.65	.95	2.18	.78	2.27	.78	2.45	.91

จากตารางที่ 4.61 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็น
ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ ต่ำกว่า 3,500 บาท
และ 3,500-6,999 บาท

ตารางที่ 4.62 การเปรียบเทียบปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ โดยการทดสอบค่า F
จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการขาดความรู้ของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	19.14	3.83	4.65	.01
	ภายในกลุ่ม	208	171.40	.82		
	รวม	213	190.54			
2. ด้านการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	28.37	5.67	6.90	.01
	ภายในกลุ่ม	208	171.07	.82		
	รวม	213	199.44			
3. ด้านการขาดคุณสมบัติของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	8.53	1.71	2.12	.01
	ภายในกลุ่ม	208	167.24	.80		
	รวม	213	175.77			
ภาพรวม ปัญหาการนำเที่ยวของ มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	17.19	3.44	4.98	.01
	ภายในกลุ่ม	208	143.67	.69		
	รวม	213	160.86			

จากตารางที่ 4.62 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน ต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ทั้งรายด้านและภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ดังตารางที่ 4.63 – 4.66

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.63 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความรู้
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	3.06		.46	.36	.86*	.64*	.42
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	2.60			-.09	.40	.19	-.04
3. รายได้ 3,500-6,999 บาท	2.69				.49*	.28	.06
4. รายได้ 7,000-14,999 บาท	2.20					-.21	-.44
5. รายได้ 15,000-39,999 บาท	2.41						-.22
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	2.64						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.63 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 3,500-6,999 บาท มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-14,999 บาท

ตารางที่ 4.64 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดความสามารถ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	3.13		.29	.44	.94*	.92*	.75*
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	2.84			.15	.65	.63	.46
3. รายได้ 3,500-6,999 บาท	2.69				.50*	.49*	.31
4. รายได้ 7,000-14,999 บาท	2.19					-.02	-.19
5. รายได้ 15,000-39,999 บาท	2.21						-.17
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	2.38						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้อาจมีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท 15,000-39,999 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 3,500-6,999 บาท มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

ตารางที่ 4.65 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติ
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	2.65		.05	.09	.49*	.46*	.31
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	2.60			.04	.44	.41	.25
3. รายได้ 3,500-6,999 บาท	2.56				.40	.36	.21
4. รายได้ 7,000-14,999 บาท	2.16					-.04	-.19
5. รายได้ 15,000-39,999 บาท	2.19						-.15
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	2.35						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.65 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

ตารางที่ 4.66 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยว
ของมัคคุเทศก์ จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

รายได้ของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	รายได้ของนักท่องเที่ยว					
		1	2	3	4	5	6
1. ไม่มีรายได้	2.95		.27	.30	.76*	.68*	.49
2. รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท	2.68			.03	.50	.41	.23
3. รายได้ 3,500-6,999 บาท	2.65				.47*	.38	.19
4. รายได้ 7,000-14,999 บาท	2.18					-.09	-.27
5. รายได้ 15,000-39,999 บาท	2.27						-.18
6. รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป	2.45						

* นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.66 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้ มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 3,500-6,999 บาท มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากข้อคำถามปลายเปิดที่ให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ อย่างเสรี ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวหลายคนที่มีความสนใจในเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมอยู่เสมอ อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ควรจัดให้มีบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมและอธิบายเรื่องราวของภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์ อันเป็นจุดดึงดูดหลักของนักท่องเที่ยว ให้สามารถเข้าใจโดยละเอียดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากว่า ข้อมูลที่ได้รับจากมัคคุเทศก์ของตนยังไม่เพียงพอเท่าที่ควร

2. นักท่องเที่ยวหลายคนที่ค่อนข้างจะคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเองและครอบครัว ต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความเสี่ยงในการเดินชมเป็นอย่างมาก อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ที่ต้องมีการเดินริมหน้าผาในการชม ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยรักษาความปลอดภัย และมีการจัดระบบทางเดินขึ้นลงในการชมภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์ให้มีความมั่นคงแข็งแรงกว่านี้ โดยอาจมีราวไม้ให้จับเพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก และเป็นการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุด้วย นอกจากนี้ ยังเห็นควรมีระบบการสื่อสารติดต่อกับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยได้อย่างรวดเร็ว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวได้รับอุบัติเหตุในการชม อาทิเช่น เป็นลม หรือหกล้มได้รับบาดเจ็บ

3. นักท่องเที่ยวเห็นควรให้ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยานแห่งชาติผาแต้ม และแก่งสะพือ จำหน่ายอาหาร-เครื่องดื่ม และของที่ระลึก ในราคาที่ยุติธรรม ไม่ตั้งราคาไว้สูงจนเกินไป เพราะเห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่มีทางเลือกอื่นที่จะไปใช้บริการที่ใดได้อีก

4. นักท่องเที่ยวเห็นควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการตรวจสอบมัคคุเทศก์ที่ไม่มีบัตรอนุญาตให้ประกอบอาชีพ เนื่องจากเห็นว่า เป็นการทำลายชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวและส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการให้บริการที่ดีของตัวมัคคุเทศก์เองด้วย และควรมีการยกระดับคุณภาพการให้บริการของมัคคุเทศก์ให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

5. นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ที่สำคัญคือ การเพิ่มทักษะของการประสานความสัมพันธ์ระหว่างตัวมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด เนื่องจากเห็นว่า จะก่อให้เกิดความราบรื่นและเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

สมมุติฐานการวิจัย ได้กำหนดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวออกเป็น เพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ ซึ่งได้กำหนดไว้เป็น 2 ข้อใหญ่คือ

สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมากับมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ในระหว่างวันที่ 3-16 มีนาคม 2548 จำนวน 214 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จของ Krejcie and Morgan

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามชนิดเลือกตอบ ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และชนิดปลายเปิด จำนวน 51 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและความตรงตามโครงสร้างจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และได้นำมาทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ณ แหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ มีค่าความเชื่อถือได้ เท่ากับ .92

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และค่า F

สรุปผลการวิจัย

1. ความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนความต้องการในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.23$) และด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.16$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณสมบัติในการมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาในการเดินทาง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ คุณสมบัติในการแต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ

1.2 ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

1.3 ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยืนยันสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกรรม/ช่าง/รับจ้าง และอาชีพลูกจ้างบริษัท

3.2 จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภูมิลำเนาในภาคเหนือ ภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล

3.3 จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี

3.4 จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท รายได้ 7,000-14,999 บาท และ 15,000-39,999 บาท

4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในภาพรวม มีปัญหาการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.42$) ส่วนปัญหาในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 2.50$) ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 2.43$) และด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 2.32$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การขาดความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การขาดความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น

4.2 ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การขาดความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การขาดความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

4.3 ด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การอ่อนต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างต่อเนื่อง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การแต่งกายไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ

5. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

6. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยืนยันสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อายุ 35-49 ปี อายุไม่เกิน 34 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป

6.2 จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัท

6.3 จำแนกตามภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภูมิฐานะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

6.4 จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

6.5 จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 3,500 บาท และรายได้ 3,500-6,999 บาท

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลการวิจัยที่ปรากฏตามสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ส่วนความต้องการในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ โดยทุกด้านมีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งมีรายละเอียด คือ

1.1 ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ การมีน้ำใจ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาในการเดินทาง การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ทุกคนอย่างต่อเนื่อง มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดการนำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถ และแต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ

1.2 ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง การพูดกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว และการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

1.3 ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว สภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวในภาพรวมและรายด้านมีความต้องการอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติและความสามารถของมัคคุเทศก์ของ บุปผา คุมมานนท์ (2537 : 252) กุลวรา สุวรรณพิมล (2540 : 79) ไพฑูรย์ พงสะบุตร และ วิลาสวงศ์ พงสะบุตร (2540 : 44-45) พวงบุหงา ภูมิพานิช (2539 : 29) ศรีธัญญา วรากุลวิทย์ (2538 : 119) ไชยขงค์ เจริญเมือง (2544 : 15) สุภาพร มากแจ้ง (2544 : 36-38) และศิริพร สุขธร (2545 : 161-163) ที่กล่าวว่า มัคคุเทศก์คือ ผู้นำเที่ยว งานของมัคคุเทศก์จึงจัดเป็นงานบริการ ดังนั้น คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ก็คือคุณสมบัติของผู้ให้บริการนั่นเอง ซึ่งคุณสมบัติที่ดีของมัคคุเทศก์ ประกอบด้วย ความมีบุคลิกภาพที่ดี อัน ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีกิริยามารยาดี มีความคล่องแคล่วว่องไว มีความร่าเริงแจ่มใส มีความเมตตากรุณา มีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา แหล่งที่ตั้งและสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ และมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น นับเป็นการสร้างความประทับใจและการผูกมิตรกับผู้อื่น และนอกเหนือจากคุณสมบัติของผู้ให้บริการแล้ว มัคคุเทศก์ยังต้องมีความสามารถที่จะทำให้คุณสมบัติเหล่านั้นเด่นชัดเป็นที่ประจักษ์ อัน ได้แก่ เอาใจใส่ดูแลอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเหมือนเป็นญาติพี่น้อง มีความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีศิลปะในการพูด และการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น

การวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พีระพงษ์ ดวงสนิท (2545 : 59-64) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย พบว่า คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงประสงค์นั้น ต้องการให้มัคคุเทศก์มีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือและให้ความร่วมมือต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี รองลงมาคือ คุณสมบัติในการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างต่อเนื่อง

ลำดับต่อไปยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุภิตา อุ้นประดิษฐ์ และคนอื่นๆ (2543 : 100-105) ที่ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ พบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งในเรื่องความรู้ความสามารถ มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพ และจิตสำนึกของมัคคุเทศก์ อีกทั้งคุณสมบัติในการมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดเวลาอย่างเสมอต้นเสมอปลาย เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการมาก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรไท ทรุชเวโซ (2544 : 116) ที่ศึกษาความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

และผู้บริหาร บวกกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยต้องการมัคคุเทศก์หรือผู้ที่ปฏิบัติงาน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน มีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและมีบุคลิกภาพที่ดูดีขวนมอม

อนึ่ง การวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริการของ Lovelock (1996 : 725) ที่กล่าวว่า การให้บริการของมัคคุเทศก์นั้นต้องมี 3 ขั้นตอน คือ การบริการก่อนนำเที่ยว การบริการระหว่างนำเที่ยว และการบริการหลังการนำเที่ยว ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพการบริการนั้น ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะดังนี้คือ ลักษณะการบริการ ความไว้วางใจ ความกระตือรือร้น ความชำนาญ ความมีอัธยาศัยนอบน้อม ความปลอดภัย และความเข้าใจลูกค้า

ลำดับต่อมายังสอดคล้องกับแนวคิดของ ตะเยียด ศิลา น้อย (2543 : 119) ที่กล่าวว่า มัคคุเทศก์นั้นจะต้องเป็นบุคคลที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งสามารถขายความพิเศษได้จากตัวเอง เช่น เป็นผู้ที่ยาวความคิด ขายประสบการณ์ ขายความประทับใจ ขายความพึงพอใจให้กับลูกค้า และคุณลักษณะเหล่านี้จะสามารถช่วยให้มัคคุเทศก์แก้ปัญหาที่ประสบอยู่บ่อยๆ เช่น ปัญหาการปรับตัว เมื่อพบปะเจอกับนักท่องเที่ยวมากมายหลายประเภทแตกต่างกันไปต่างๆ นานา ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกันเฉพาะตัว มัคคุเทศก์ต้องสังเกตเอาเองให้ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นางเยาว์ ใจหื้อ (2541 : 99-104) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบการนำเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอเชียงแสน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และมีผลการศึกษาในหัวข้อปลีกย่อยประการหนึ่งพบว่า ร้อยละ 17.10 ควรมีการปรับปรุงตัวของมัคคุเทศก์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มัคคุเทศก์บางส่วนยังไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต้องปรับปรุงทั้งทางด้านคุณลักษณะ คุณสมบัติ เพื่อให้เกิดความพร้อมในการปฏิบัติงานต่อไป สาเหตุที่แตกต่างจากผลการศึกษาครั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ง่ายต่อการเข้าถึง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายจากการให้บริการของมัคคุเทศก์ แต่การศึกษาของ นางเยาว์ ใจหื้อ ได้มีความยากลำบากในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบเดินป่า อาจทำให้นักท่องเที่ยวอาจเกิดความไม่พอใจในการให้บริการของมัคคุเทศก์บ้าง แต่มีเพียงจำนวนน้อยเท่านั้น

การที่มัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ยังเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในระดับมาก โดยสามารถคงคุณลักษณะที่ดีและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวไว้ได้ อาจเนื่องมาจาก วิชาชีพมัคคุเทศก์นั้นมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จะเห็นได้จากการท่องเที่ยว

แห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย และสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ได้จัดอบรมมัคคุเทศก์อย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานให้กับมัคคุเทศก์อาชีพให้มีการส่งเสริมสภาพของมัคคุเทศก์ให้สูงขึ้นกว่าแต่ก่อน ในปัจจุบันกล่าวได้ว่าอาชีพมัคคุเทศก์เป็นอาชีพที่มีรายได้ดี แต่ผู้ที่เข้ามาประกอบอาชีพนี้ก็ต้องมีคุณสมบัติและความสามารถสูงพอสมควรด้วย ประกอบกับอาชีพมัคคุเทศก์ยังเป็นอาชีพสงวนสำหรับคนไทยอาชีพหนึ่งในการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และแม้กระทั่งเป็นตัวแทนที่ดีในฐานะทูตแห่งวัฒนธรรมของประเทศชาติอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ ความสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับบุคลากรที่ปฏิบัติงานภายในองค์กรเป็นหลัก บุคลากรทางการท่องเที่ยวควรมีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เพราะขอบข่ายงานที่ปฏิบัติเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก การคัดเลือกบุคลากรกลุ่มนี้เพื่อปฏิบัติงานในองค์กรใดทางการท่องเที่ยวจึงมีกฎเกณฑ์การพิจารณาที่สูง มีมาตรฐานเป็นสากล บริษัทนำเที่ยวที่มีการลงทุนที่สูงและมีมาตรฐานที่ดีจึงตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง นอกเหนือจากบุคลากรแผนกต่างๆ ภายในบริษัทแล้ว กลุ่มมัคคุเทศก์หรือหัวหน้าทัวร์ เป็นกลุ่มบุคลากรที่มีการเลือกสรรเข้ามาปฏิบัติงานที่สำคัญด้านนี้ โดยมีการวางแผนงาน ดูแล การติดตามงาน การประเมินผลงานอย่างใกล้ชิดจากหัวหน้าแผนกปฏิบัติการโดยตรง แต่ขึ้นอยู่กับผู้จัดการทั่วไปที่วางแผนงานตารางการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ประเภท Inbound ด้วยตนเอง ส่วนมัคคุเทศก์ประเภท Domestic และ Outbound ที่ทำงานกับนักท่องเที่ยวคนไทยภายในหรือภายนอกประเทศ จะมีตารางการปฏิบัติงานที่กำหนดจากแผนกปฏิบัติการร่วมกับผู้จัดการทั่วไปในบางครั้ง ซึ่งรวมถึงการประเมินผลงานมัคคุเทศก์ด้วย หลังจากการมอบหมายงานแก่มัคคุเทศก์แล้ว การติดตามการทำงานมัคคุเทศก์ในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ตลอดโปรแกรมนำเที่ยวเป็นสิ่งที่ยุทธบริษัทนำเที่ยวให้ความสำคัญอย่างยิ่งอีกขั้นตอนหนึ่ง เพราะผลการทำงานของมัคคุเทศก์ก็คือผลงานของบริษัทนั่นเอง และย่อมส่งผลกระทบต่อกิจการของบริษัทโดยตรงต่อไป ผู้รับผิดชอบในขั้นตอนนี้ก็คือ แผนกปฏิบัติการและผู้จัดการทั่วไปเป็นฝ่ายติดตามงาน นับตั้งแต่มัคคุเทศก์แต่ละคนออกปฏิบัติงาน หรือออกทัวร์ในวันแรกของแต่ละโปรแกรม มัคคุเทศก์ทั้ง 3 ประเภท คือ นำเที่ยวในประเทศ นำเที่ยวเข้าประเทศ และนำเที่ยวนอกประเทศ จะได้รับการติดตามงานอย่างใกล้ชิด มีการประสานงานและการแก้ปัญหาาร่วมกันกับฝ่ายปฏิบัติการหรือหากจำเป็นในกรณีเกิดปัญหาฉุกเฉิน เช่นกรณีอุบัติเหตุเสียชีวิตของนักท่องเที่ยว ผู้จัดการทั่วไปจะเป็นฝ่ายตัดสินใจแก้ไขเหตุการณ์ให้โดยตรง จะมีการประสานกันตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้น มัคคุเทศก์ทุกประเภทจึงต้องมีความสามารถสูงในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากโปรแกรมทัวร์มีมูลค่าสูง และส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของ

บริษัท การติดตามงานมัคคุเทศก์จึงมีความจำเป็นและมีการตรวจสอบอย่างเข้มงวดจากบริษัทด้วยเหตุผลที่กล่าวข้างต้น

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก โดยพื้นฐานของมนุษย์นั้น ย่อมต้องการสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้จนเป็นที่พอใจ แล้วก็แสวงหาความต้องการในขั้นที่สูงขึ้นไปจนกว่าจะเป็นที่พอใจ ซึ่งความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวนั้น จัดได้ว่าเป็นความต้องการที่อยู่ในขั้นที่สูงระดับ ความต้องการยกย่อง (Esteem Needs) และความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) ดังนั้น นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะมีสถานภาพทางเพศหรืออายุ ต่างกันอย่างไร ก็ย่อมมีความต้องการมัคคุเทศก์ ไม่แตกต่างกัน โดยข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับแนวคิดของนักจิตวิทยาชื่อ Maslow (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ 2546 : 209-211) ที่กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์มีความต้องการหลายประการเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด มีความสำคัญแตกต่างกันจึงจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ โดยจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือความสำคัญมากกว่าก่อน เมื่อได้สิ่งที่ต้องการมาสนองความต้องการแล้ว ความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไป และจะเริ่มสนใจในความสำคัญของสิ่งอื่นต่อไป ซึ่งสามารถนำมาใช้กับความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวได้ในขั้นของความต้องการความสำเร็จในชีวิต กล่าวคือเป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคลที่สามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้ ก็ยังเกิดความต้องการที่อยากจะเดินทางท่องเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์คอยอำนวยความสะดวกให้ในระดับหนึ่ง และเหตุผลอีกประการหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและเพศหญิงในอัตราที่ใกล้เคียงกัน และสัดส่วนของอายุก็ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงทำให้ความต้องการมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์ต่ำสุด

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์ต่ำสุด

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์ต่ำสุด

2.4 นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้อื่น มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมความต้องการมัคคุเทศก์ต่ำสุด

การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ส่วนใหญ่จะมีฐานะทางการเงินค่อนข้างดีอยู่แล้ว และมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเห็นว่ามีความเป็นอิสระ ไม่ต้องเสียเวลาไปคอยนักท่องเที่ยวผู้อื่น เนื่องจากว่า หากเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะ โดยมีมัคคุเทศก์นำเที่ยว จะต้องมีการกำหนดเวลานัดหมายในการท่องเที่ยวแต่ละจุดด้วย ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีความต้องการมัคคุเทศก์น้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่จะรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเป็นอย่างดีแล้ว เนื่องจากมีภูมิลำเนาอยู่ใกล้และแหล่งท่องเที่ยวก็มีไม่มากนัก ดังนั้น ความต้องการมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยวจึงลดความสำคัญลงไปกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ก็ย่อมไม่ต้องการความรู้จากมัคคุเทศก์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากมายนัก เนื่องจากระดับการศึกษาที่ยังต่ำอยู่ จึงเห็นว่าไม่จำเป็นที่ต้องพึ่งพามัคคุเทศก์ได้ อีกทั้งตามแหล่งท่องเที่ยวก็ยังมีป้ายข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยบอกรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวไว้พอสมควรแล้ว ดังนั้น ความสนใจต่อมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีน้อยกว่ากลุ่มอื่นที่มีการศึกษาสูงกว่า

นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรายได้อื่น มีความต้องการมัคคุเทศก์น้อยมาก เนื่องจากต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว เพราะยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่จะยังคงเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เดินทางมากับคณะหรือครอบครัวมากกว่า โดยมีมัคคุเทศก์คอยอำนวยความสะดวกให้ ดังนั้น ความต้องการมัคคุเทศก์ของกลุ่มนี้จึงยังคงมีน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้เป็นของตนเองแล้ว

จากผลการวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุชาดา นิมหิรัญวงษ์ (2544 : 90-95) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ ได้แก่ ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ การประกอบอาชีพ และการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว โดยเห็นว่า มีความสำคัญค่อนข้างมากต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉิมมน จันทร์ทองแก้ว (2544 : 90-96) ที่ศึกษาผลของความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังรับบริการ : กรณี

ศึกษามัคคุเทศก์และลูกค้าที่มารับบริการในธุรกิจนำเที่ยวภายใต้การควบคุมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่กล่าวว่า ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการรับบริการแตกต่างกัน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในภาพรวมมีปัญหาการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ส่วนปัญหาในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ โดยทุกด้านมีค่าเฉลี่ยทุกข้ออยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีรายละเอียดคือ

3.1 ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ การขาดความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว สภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น

3.2 ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ การขาดความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม การขาดความสามารถในการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง การขาดความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และการขาดความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.3 ด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ การอ่อนต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างต่อเนื่อง การขาดความตระหนักในการปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างเต็มกำลังความสามารถ การขาดความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดการนำเที่ยว การไม่ใส่ใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอดเวลาในการเดินทาง และการแต่งกายไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในภาพรวมและรายด้านมีปัญหายุ่งในระดับน้อย การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก มัคคุเทศก์เกิดความชำนาญในการบรรยายให้ความรู้เนื่องจากการสอบถามกับบริษัทนำเที่ยวหลายแห่งที่นำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้ทราบว่า หลักในการจัดมัคคุเทศก์ไปกับกลุ่มนักท่องเที่ยวดูจากความสามารถและความชำนาญเฉพาะด้าน และรายการนำเที่ยวส่วนใหญ่จะมีไม่กี่เส้นทาง จึงทำให้มัคคุเทศก์สามารถอธิบายหรือให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมัคคุเทศก์

ที่นำเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานียังอาจเป็นบุคคลที่มีลักษณะของผู้ที่มีความรอบรู้และสนใจในสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ช่างสังเกต และรวมถึงการเป็นผู้ที่แสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการฟังและการอ่าน นอกจากนี้ ยังอาจเป็นเพราะมัคคุเทศก์มีการเตรียมการที่ดีที่ทำให้สามารถสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว ถูกต้อง และสามารถทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน ประกอบด้วยสาระความรู้และการพักผ่อนอย่างแท้จริง ตลอดจนการวางแผนในการแก้ปัญหาไว้ล่วงหน้าในกรณีที่จะเกิดปัญหาขึ้นในการนำชมแต่ละรายการ ซึ่งที่กล่าวมานี้ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์มีอยู่ในระดับน้อย

โดยการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่ดีของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 157) ที่กล่าวว่า การให้บริการทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงเพื่อการบริการที่ถูกต้องและน่าประทับใจ

นอกจากนี้ผลการวิจัยที่พบว่า ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยนั้น จัดได้ว่าเป็นความพึงพอใจจากผลที่ได้รับและผลที่คาดหวัง เมื่อมาสัมผัสกับมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี จึงเกิดความประทับใจ เนื่องจากได้รับความพึงพอใจในการบริการเป็นไปตามความคาดหวัง หรือเกินความคาดหวังในบางกลุ่ม บางรายบุคคล ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานของ Locke, Porter และ Cranny and others (Locke 2001 : 126 ; Porter 2002 : 136 ; Cranny and others 2001 : 452) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อมีการประเมินจากความแตกต่างระหว่างปริมาณของคุณค่าผลตอบแทนที่ได้รับกับผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับ เมื่อได้รับเกินความคาดหวังจะรู้สึกพึงพอใจมากและประทับใจ หรือได้รับผลตอบแทนในระดับที่สูงกว่าที่ควรจะเป็นหรือในระดับที่คาดหวังจึงเกิดความพึงพอใจมากที่สุดในที่สุด

ถ้าดับถัดไปผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เสงี่ยม บุญรัตน์ (2545 : 49) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว เป็นเป้าหมายสูงสุดของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวที่จะต้องพยายามสร้างและรักษาไว้ให้ได้ยาวนานที่สุด เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทางการท่องเที่ยว และต่อมามีผลการวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พันธุ์ทิพย์ อธิปัญญพงษ์ (2543 : 95-99) ที่ศึกษาบทบาทของมัคคุเทศก์ในการส่งเสริมจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์ ที่กล่าวว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่ นักท่องเที่ยวขาดความสนใจและไม่เห็นความสำคัญ ประกอบกับมัคคุเทศก์

ขาดความรู้และประสบการณ์ในการนำเที่ยวอย่างอนุรักษ์ ขาดทักษะในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์

ท้ายสุดนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Marukatat (2002 : 1) ที่ศึกษาปัญหาของมัคคุเทศก์ที่บริการต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะได้รับการบริการจากมัคคุเทศก์ที่ไม่มีคุณภาพ โดยการนำไปรับประทานอาหารในร้านที่มีอาหารไม่มีคุณภาพ และพักในโรงแรมที่ไม่ดี โดยพยายามผลักดันให้นักท่องเที่ยวไปซื้อของยังร้านที่มัคคุเทศก์ได้รับค่าตอบแทน ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง

การที่ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีมีอยู่ในระดับน้อยนั้น อาจเนื่องมาจากผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์มีประสบการณ์ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าตลอดเวลาในการนำเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการแก้ปัญหาด้านที่พัก ปัญหาด้านอาหาร ปัญหาด้านสุขภาพและชีวิตความปลอดภัย และปัญหาด้านยานพาหนะและอุบัติเหตุ ด้วยเทคนิคและแนวทางการแก้ปัญหาที่ชาญฉลาด ทำให้ปัญหาการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพบอยู่ในระดับที่น้อยได้เช่นกัน

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและเพศหญิงในอัตราที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ความเห็นที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลยา สมมาตย์ (2541 :58-61) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในชายทะเล จังหวัดเพชรบุรีไม่แตกต่างกัน โดยเห็นว่าปัญหามีอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ต่ำสุด

4.2 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ต่ำสุด

4.3 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ต่ำสุด

4.4 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ต่ำสุด

4.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ต่ำสุด

การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมากแล้ว และเป็นบุคคลที่ไม่เรื่องมาก ต้องการที่จะแสวงหากำไรให้กับชีวิตด้วยการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงเห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ เป็นสิ่งที่ไม่สำคัญ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ผู้สูงอายุ ก็ใช้เหตุผลเหมือนกับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงเห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์มีน้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากมีพื้นที่อยู่ห่างไกลกัน จึงต้องอาศัยความช่วยเหลือและการอำนวยความสะดวกจากบริการของมัคคุเทศก์นำเที่ยว กอปรด้วยคนในภาคเหนือเป็นผู้ที่มีจิตใจอ่อนโยน ไม่ค่อยเป็นศัตรูกับใคร จึงเห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์เป็นสิ่งที่มีความน้อยกว่านักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป เป็นผู้ที่เข้าใจถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี และหากเป็นปัญหาที่เล็กลง น้อย ก็ไม่ถือเอาเป็นความขัดข้องหมองใจ ทำให้บรรดาสในการท่องเที่ยวเสียไปได้ จึงเป็นบุคคลที่เห็นว่า ปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์มีน้อยกว่ากลุ่มอื่นที่มีการศึกษาค่ำกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 7,000-14,999 บาท เป็นนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเริ่มประกอบอาชีพได้ไม่นาน จึงเห็นว่า การท่องเที่ยวโดยมีมัคคุเทศก์ให้คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ดังนั้นจึงเห็นว่าปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์มีน้อย และไม่สนใจมากนัก กลับมองเห็นที่ความคุ้มค่ากับราคามากกว่า

จากผลการวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545 : 101-107) ที่ศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ปัญหาสำคัญที่พบในการท่องเที่ยวไทย คือ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ สินค้าและบริการต่างๆ ราคาแพง ส่วนปัญหาการนำเที่ยวของ

มัลฑุเทศก์ มีน้อยที่สุด เนื่องจากเห็นว่า มัลฑุเทศก์มีการเตรียมตัวในการบริการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ (บุคคลหรือหน่วยงาน)

1.1 มัลฑุเทศก์นำเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ

จากผลการวิจัยที่พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีโดยสรุป มีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อน/พักผ่อน มาเที่ยวส่วนใหญ่มีเพียงครั้งเดียว จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกันมากกว่าสามคนขึ้นไป ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยค้าง 1-2 คืน ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยครอบครัวมีส่วนร่วมด้วย ลักษณะการเดินทางไปเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนใหญ่จะไปกับกลุ่มคนในครอบครัว ไม่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารประกอบการท่องเที่ยว โดยถ้าเป็นไปได้ข้อมูลที่ต้องการคือ ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทาง และระยะทางเท่านั้น สื่อประเภทบุคคลมีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวมากกว่าสื่อประเภทอื่น เหตุผลที่เลือกมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเนื่องมาจากคำชวนจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร สิ่งจูงใจที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวคือ แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวแล้วและประทับใจมากที่สุดคือ ผาแต้ม ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละภาคว่ามีความต้องการ และมีความสนใจในสิ่งใด เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถพัฒนาตนเองสู่ระดับสากลได้

ฉะนั้น มัลฑุเทศก์และผู้ประกอบการนำเที่ยวควรให้ความสำคัญและหาทางส่งเสริมสนับสนุนให้มัลฑุเทศก์ได้มีโอกาสพัฒนาตนเองทางด้านวิชาชีพ โดยให้เข้าร่วมฝึกอบรม รวมไปถึงการกระตุ้นให้มัลฑุเทศก์ได้ศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ความสามารถด้านการทำวิจัยทางการท่องเที่ยว และการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนางาน การติดตามข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหว และการพัฒนาทางวิชาชีพ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิชาชีพมัลฑุเทศก์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์การนำเที่ยวและบริการต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการ

ต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด และได้เห็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาด ในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การส่งเสริมให้มัคคุเทศก์มีบทบาทและเป็นตัวแทนของหน่วยงานมากยิ่งขึ้น

1.2 หน่วยงานของรัฐในส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล

จากผลการวิจัยที่พบว่า ความต้องการมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ส่วนความต้องการในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ รวมถึง ผลที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความต้องการมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้บริหารหน่วยงานของรัฐในส่วนที่เกี่ยวข้องที่ดูแลเรื่องยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ควรนำข้อมูลไปปรับปรุงการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ของภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้บังเกิดความพึงพอใจ สูงสุด และให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ โดยการ กระตุ้นให้ชวนขยายไฝหาความรู้อย่างต่อเนื่อง หรือมีการประเมินความรู้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มัคคุเทศก์ อยู่ในมาตรฐานที่ควรจะเป็น

1.3 นักวิชาการทางการท่องเที่ยว เช่น อาจารย์ผู้สอนหลักสูตรวิชาการท่องเที่ยว ในสถาบันการศึกษาต่างๆ วิทยากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยว ของมัคคุเทศก์ในภาพรวมมีปัญหาการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ส่วนปัญหาในรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย คือ ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์ ด้านปัญหาการขาดความสามารถ ของมัคคุเทศก์ และปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

ดังนั้น นักวิชาการเหล่านี้สามารถจัดการอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์นำเที่ยว ท่องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ปัญหาการนำเที่ยวเกิดน้อยที่สุด และ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการสร้างรายได้แก่ท้องถิ่นของตน โดยการเป็น มัคคุเทศก์ท้องถิ่นด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีโดยรวม โดยมีได้ศึกษาถึงซึ่งเฉพาะนักท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาคของไทย ทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นภาพรวมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยว่ามีความคิดเห็นและความต้องการมัคคุเทศก์และมองปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ว่าเป็นอย่างไร ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเจาะจงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะภูมิภาค เช่น นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ นักท่องเที่ยวจากภาคกลาง และภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลมีความลึกในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรทำการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพมหานคร หรือเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะทำการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2.3 ควรทำการศึกษาในเรื่องความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้ศึกษาไปแล้ว

2.4 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่มัคคุเทศก์ประสบในขณะที่ปฏิบัติงานอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะ เพื่อจะได้หาวิธีที่ถูกต้องและเหมาะสมในการแก้ไขปัญหาต่อไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการท่องเที่ยวปี 2545 และแนวทางการพัฒนาปี 2546. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.
- _____. รายงานโครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2547 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547.
- _____. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.
- กัลยา สมมาตย์. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2541.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. การมีคฤเทศก์. ภูเก็ต: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 2540.
- จิตตินันท์ เศษะคุปต์. เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.
- ฉันทิช วรรณถนอม. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- ชุตินันท์ ชูชาติ. องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์, 2546.
- ไชยงค์ เจริญเมือง. บทบาทหน้าที่ มารยาท และจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2544.

- ณิชนน จันทร์ทองแก้ว. ผลของความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังรับบริการ ศึกษาเฉพาะกรณีมัคคุเทศก์และลูกค้าที่มารับบริการในธุรกิจนำเที่ยวภายใต้การควบคุมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- ดีทแฮล์ม, บริษัท. ข้อกำหนดในการรับสมัครมัคคุเทศก์อาชีพของบริษัท ดีทแฮล์ม จำกัด. กรุงเทพฯ: แผนกบุคคล บริษัทดีทแฮล์ม, 2536.
- ทองใบ สุดชาติ. การวิจัยธุรกิจ ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา. อุบลราชธานี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2546.
- ธนศักดิ์ พุ่มเพชร. ปัญหาการปฏิสัมพันธ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาประจำชาติกับมัคคุเทศก์ไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- ธัญภรณ์ วงศ์อนิษฐ์. จิตสำนึกของมัคคุเทศก์ต่อการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศแนวปะการัง. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.
- นงเยาว์ ใจห่อ. รูปแบบการนำเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอเชียงแสน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2541.
- นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2545.
- นิรันดร ทัพไชย. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546.
- นุกิดา อุ้นประดิษฐ์ และคนอื่นๆ. ทักษะคิของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์กรณีศึกษา: เฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยมีมัคคุเทศก์นำเที่ยว. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2543.
- บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาสารคาม: ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2541.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การจัดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- บุปผา คุมนานนท์. หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, 2537.

- บุษบา สุธีธร และ กัสวลี นิตินทรสุนทร. รายงานผลการวิจัยเรื่อง เจตคติและความประทับใจ
ของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการ
วัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2541.
- “ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่อง พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522,”
ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 96 ตอนที่ 72. หน้า 36-45. 7 กุมภาพันธ์ 2522.
- “ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่อง พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535,”
ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 159 ตอนที่ 56. หน้า 46-55. 8 กรกฎาคม 2535.
- พลดา พันธุ์เพชร. “40 ปีการท่องเที่ยวกับเส้นทางการอบรมมัคคุเทศก์,” จุลสารการท่องเที่ยว.
2 (เมษายน – มิถุนายน 2543): 28-35.
- พวงบุหงา ภูมิพานิช. การจ้ดนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539.
- พันธ์ทิพย์ อธิปัญญาพงษ์. บทบาทของมัคคุเทศก์ในการส่งเสริมจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในการ
ท่องเที่ยวอย่างอนุรักษ์ ภูมิศึกษา สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย.
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.
- พีระพงษ์ ดวงสนิท. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์
ในจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- พูนศิริ วัจนะภูมิ. การจูงใจและพฤติกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สรรพกรสาส์น, 2543.
- ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์. พฤติกรรมองค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้งเฮาส์, 2536.
- ไพฑูรย์ พงสะบุตร และวิลาสวงศ์ พงสะบุตร. คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2540.
- เฟื่องนภา เตียเจริญ. ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจงานของมัคคุเทศก์ใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
ประสานมิตร, 2540.
- มัคคุเทศก์อาชีพ, สมาคม. (จุลสาร). ม.ป.ท. : สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ, 2541.
- _____. (จุลสาร). ม.ป.ท. : สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ, 2543.
- ราชภัฏอุบลราชธานี, สถาบัน. คู่มือการทำวิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์. อุบลราชธานี: บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2546.
- ราณี อธิชัยกุล. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.

- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. พฤติกรรมองค์กร. อุบลราชธานี: คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครู
อุบลราชธานี, 2530.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก, 2539.
- . สถิติวิทยาทางการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2540.
- ละเอียด ศิธาน้อย. ธุรกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: พิเศษการพิมพ์, 2543.
- วรรณ วลัยวานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2542.
- วรรณ ลิมอักษร. จิตวิทยาการศึกษา. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2541.
- วัฒน์ชัย ชูมาก. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา
สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2536.
- ศรัณญา วรากุลวิทย์. งานมัคคุเทศก์ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2538.
- . ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพรินติ้ง, 2546.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ศิริพร สุขขร. การจัดการงานมัคคุเทศก์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2546.
- ศิลปากร, มหาวิทยาลัย. มัคคุเทศก์กับการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2540.
- ศุภร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ บีซิเนส เพรส, 2544.
- สุกัลยา วรรณสมบัติ. ศักยภาพของมัคคุเทศก์ต่อการเป็นผู้นำในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.
- สุชา จันทน์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2545.
- สุชาดา นิ่มหิรัญวงษ์. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศของผู้สูงอายุ.
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2544.
- สุภาดวง เรืองรุจิระ. ระเบียบวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: เจริญผล, 2534.
- สุพรรณมา หัสภาค. ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

- สุพรรณณี จงวิวัฒน์สกุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2542.
- สุภาพร มากแจ้ง. หลักการมีคฤเทศก์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2544.
- สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบกสถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง, 2546.
- สุวัฒน์ จูชากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.
- เสงี่ยม บุญรัตน์. ความคาดหวังในผลประโยชน์จะได้รับจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือ. รายงานการศึกษาศิลปะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏเชียงราย, 2545.
- เสรี วังสีไพจิตร. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีการท่องเที่ยวไทย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543.
- เสาวภา มีถาวรกุล. จิตวิทยาบริการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.
- หลุย จำปาเทศ. จิตวิทยาการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาส์น, 2543.
- อภิขุช ศรียะพันธ์. ปัจจัยดึงดูดและผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2544.
- อรไท ครุฑเวโซ. รายงานการวิจัยเรื่อง ความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต : สถาบันราชภัฏภูเก็ต, 2544.
- อรุณ รักรธรรม. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536.
- เอี่ยมพร เฮนะเกษตร. ความต้องการและการใช้สารสนเทศของมีคฤเทศก์. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

- Cavana, Bob A. and others. **Applied business research: Qualitative and Quantitative methods.** Milton: John Wiley & Sons, 2001.
- Cohen, John E. **A Phenomenology of Tourist Experience.** New York: Hospitality Press, 1997.
- Coltman, Michael M. **Travel and Tourism.** New York: Van Nostrand Reinhold, 1999.
- Cranny, Smith P. and others. **Job Satisfaction: How People Feel about Their Jobs and How It Affects Their Performance.** New York: Lexington Books, 2001.
- Crompton, John L. **Motivations for Pleasure Vacation.** New York: Pergamon, 1999.
- Engel, James E. **Consumer Behavior.** 6 th ed. Chicago: Dryden Press, 1990.
- Gray, Willism S. **Hotel and Motel Management and Operations.** Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1998.
- Hudman, Liogd E. **Tourism: A Shinking World.** New York: John Wiley & Sons, 2000.
- Jize, Loodles B. "Tipping tour guide sparks debate," **China Daily.** 17(August 2004): 1.
- Kotler, Philip. **Marketing Management: An Asian Perspective.** 13 th ed. Singapore: Prentice-Hall, 2003.
- Krejcie, Robert V. and Daryle W. Morgan. **The Educational and Psychological Measurement.** Dallas: Texas University, 1970.
- Lau, Anita L. and Bob McKercher. "Exploration versus acquisition : a comparison of first-time and repeat visitors," **Journal of Travel Research.** 5(February 2004): 279.
- Lehto, Michael M. and others. "Predictors of tourists' shopping behavior : examination of socio-demographic characterstics and trip typologies," **Journal of Vacation Marketing.** 4(September 2004): 308.
- Littrell, Mary A., Rosalind C. Paige and Kung Song. "Senior travellers: tourism activities and shopping behaviors," **Journal of Vacation Marketing.** 10(September 2004): 348.
- Locke, Tom C. **Handbook of Industrial and Organizational Psychology.** Chicago: Rand McNally, 2001.
- Lovelock, Cristopher H. **Service Marketing.** New Jersey: Prentice-Hall, 1996.
- Lundberg, Donald E. **The Tourist Business.** Boston: CBI, 1998.
- Marukatat, Saritdet P. "Bad food, poor guides hurt thai tourism industry," **Knight Ridder Tribune Business News.** 4(August 2002): 1.

- McIntosh, Robert W. and Charles R. Goeldner. **Tourism: Principles, Practices, Philosophies.** New York: Wiley Press, 1996.
- McKercher, Bob B. and Donna Y. Wong. "Understanding tourism behavior: examining the combined effects of prior visitation history and destination status," **Journal of Travel Research.** 2(November 2004): 171.
- Mill, Robert C. **Tourism the International Business.** New Jersey: Prentice Hall, 1990.
- Mill, Robert C. and Alastair M. Morrison. **The Tourism System: An Introductory Text.** New York: Prentice Hall, 1990.
- Min, Cao C. "Assessment begins after trial runs," **China Daily.** 2(August 1995): 23.
- Moscardo, Gianna G. "Shopping as a destination attraction: an empirical examination of the role of shopping in tourists' destination choice and experience," **Journal of Vacation Marketing.** 4(September 2004): 294.
- Moutinho, Luiz A. "Consumer behavior in tourism," **European Journal of Marketing.** 3(January 1987): 5.
- Nunnally, Jum C. **Psychometric Theory.** 2 nd ed. New York: McGraw-Hill, 1978.
- Oliver, Roger L. "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions," **Journal of Marketing Research.** 5(October 2000): 460.
- Pearce, Peter L. and Mile L. Caltabiano. "Inferring travel motivation from travelers experiences," **Journal of Travel Research.** 2(March 1998): 129.
- Perreault, Alen C. and Bernard G. Dorden. **Marketing Tourism Hospitality and Leisure in Europe.** London: International Thomson Business Press, 1997.
- Poria, Yaniv M., Richard A. Butler and David J. Airey. "Links between tourists, heritage and reasons for visiting heritage sites," **Journal of Travel Research.** 6(August 2004): 19.
- Porter, Lawler L. **Behavior in Organizations.** New York: McGraw-Hill, 2002.
- Ross, Glenn F. **The Psychology of Tourism.** 2 nd ed. Melbourne: Hospitality Press, 1998.
- Rowinelli, John A. and Robert G. Hambleton. "On the use of cut-off scores with criterion referenced tests in instructional setting," **Journal of Educational Measurement.** 4(December 1977): 227-229.

Swarbrooke, John J. and Susan H. Horner. **Consumer Behavior in Tourism**. Oxford:
Butterworth Heinemann, 1999.

Walters, Glenn C. **Consumer Behavior: Theory and Practice**. 3 rd ed. Homewood, Illinois:
Richard D. Irwin, 1997.

Wiersma, William A. and Jurs G. Stephen. **Educational Measurement and Testing**. Boston:
Allyn and Bacon, 1990.

World Tourism Organization. **Recommendations on Tourism Statistics**. Amsterdam:
De Bour Press, 1993.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
และคณะกรรมการตรวจสอบรูปแบบและมาตรฐาน



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยและคณะกรรมการตรวจรูปแบบและมาตรฐาน

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ทองใบ สุกชารี ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศิริ โชติพันธ์ กรรมการบริหารหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
3. อาจารย์ ดร.ชมพูนุท โมราชาตี รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญทวารณ วังวอน อาจารย์คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยนิจู โชติวนิช กรรมการบริหารหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะกรรมการตรวจรูปแบบและมาตรฐาน

1. อาจารย์ ดร.เสนอ ภิมจิตร์ผ่อง รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. อาจารย์ ดร.วุฒิ ถีนาม คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี ไชยเสนา ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม

() () () ID

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์

ในจังหวัดอุบลราชธานี

2. ก่อนตอบแบบสอบถาม โปรดอ่านคำชี้แจงในแต่ละส่วนให้เข้าใจโดยละเอียด

3. ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลในทางวิชาการ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มิได้เกี่ยวข้องกับประโยชน์ต่อบริษัทเอกชนแต่อย่างใด

ในโอกาสนี้ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อมูลหรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

สถานที่สอบถาม () แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ () แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์
() แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ () 1. ไม่เกิน 34 ปี () 2. 35-49 ปี () 3. 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- | | |
|--|----------------------------------|
| () 1. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | () 2. ลูกจ้างบริษัท |
| () 3. ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | () 4. เกษตรกรรม ช่าง รับจ้าง |
| () 5. แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ ผู้สูงอายุ | () 6. นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา |
| () 7. อื่นๆ ระบุ | |

4. ภูมิลำเนา

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| () 1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล | () 2. ภาคเหนือ |
| () 3. ภาคกลาง | () 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| () 5. ภาคใต้ | () 5. ภาคตะวันออก |

5. การศึกษา

- | | | |
|-------------------------|------------------|-------------------------------|
| () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | () 2. ปริญญาตรี | () 3. สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป |
|-------------------------|------------------|-------------------------------|

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| () 1. ไม่มีรายได้ | () 2. ต่ำกว่า 3,500 บาท |
| () 3. 3,500 – 6,999 บาท | () 4. 7,000 – 14,999 บาท |
| () 5. 15,000 – 39,999 บาท | () 6. 40,000 บาท ขึ้นไป |

ตอนที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อมูลหรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

7. วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| () 1. การพักผ่อน/พักผ่อน | () 2. เยี่ยมญาติพี่น้อง/เพื่อน |
| () 3. ประชุมสัมมนา | () 4. แข่งขันกีฬา |
| () 5. ท่องเที่ยวโดยได้รางวัล | () 6. เจริญธุรกิจ |
| () 7. ศาสนา (ทอดกฐิน/ผ้าป่า) | () 8. อื่น ๆ ระบุ..... |

8. ท่านมาเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีแล้ว..... ครั้ง

9. สมาชิกในครอบครัวร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว คน

10. ในแต่ละครั้งที่ท่านมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีท่านใช้ระยะเวลาพักแรมเฉลี่ย

- | | | |
|-----------------|---------------------|-------------------------|
| () 1. วันเดียว | () 2. ค้าง 1-2 คืน | () 3. ค้าง 3 คืนขึ้นไป |
|-----------------|---------------------|-------------------------|

11. อำนาจในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| () 1. ตัดสินใจด้วยตนเอง | () 2. โดยครอบครัวมีส่วนร่วม |
| () 3. โดยเพื่อนฝูงมีส่วนร่วม | () 4. ไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง |

12. ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

- | | | |
|---|---------------------------------------|-------------------------------|
| () 1. ด้วยตนเอง | () 2. บริษัทนำเที่ยวเอกชน | () 3. การนำเที่ยวของหน่วยงาน |
| () 4. การนำเที่ยวขององค์กร มูลนิธิ วัด | () 5. คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว | |
| () 6. อื่นๆ ระบุ | | |

13. บุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย

- | | |
|--|-------------------------------------|
| () 1. คนเดียว | () 2. กลุ่มคนเฉพาะครอบครัว |
| () 3. กลุ่มคนทั่วไป ขนาดไม่เกิน 25 คน | () 4. กลุ่มคนทั่วไป ขนาดเกิน 25 คน |

14. ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ท่านมีข้อมูลข่าวสารประกอบการท่องเที่ยวหรือไม่ (ตอบข้อ 1, 2 ข้ามไปตอบข้อ 16)

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| () 1. ไม่มีและไม่จำเป็นต้องมี | () 2. มีเพียงพอแล้ว |
| () 3. มีไม่เพียงพอและต้องการข้อมูล | () 4. ไม่มีและต้องการข้อมูลเพิ่มเติม |

15. ข้อมูลที่ต้องการเพื่อประกอบการนำเที่ยว (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เส้นทาง ระยะทาง () 2. สถานที่รับประทานอาหาร
 () 3. สถานที่พักแรม () 4. แหล่งท่องเที่ยว
 () 5. อื่น ๆ ระบุ

16. ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวท่านทราบเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เรียงลำดับสื่อที่ทราบมากที่สุด คือ 1 รองลงมาเป็น 2, 3 ตามลำดับ)

ลำดับที่ชอบสื่อมากที่สุด () สื่อบุคคล () สื่อมวลชน () สื่อเฉพาะกิจ

16.1 สื่อบุคคล ได้แก่

- () 1. เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย () 2. เพื่อน
 () 3. เพื่อนบ้าน () 4. เพื่อนร่วมงาน
 () 5. บิดา มารดา บุตรธิดา ญาติพี่น้อง () 6. ครูอาจารย์
 () 7. อื่นๆ

16.2 สื่อมวลชน ได้แก่

- () 1. หนังสือพิมพ์ () 2. นิตยสาร () 3. วิทยุ
 () 4. โทรทัศน์ () 5. อื่นๆ ระบุ

16.3 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ เอกสารที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทท่องเที่ยว เช่น

- () 1. โปสเตอร์ () 2. แผ่นพับ () 3. วารสาร
 () 4. จุลสาร () 5. อื่นๆ ระบุ

17. ก่อนมาเที่ยวเหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (เลือกไม่เกิน 3 ลำดับ โดยเติมหมายเลขเรียงลำดับตามความเป็นจริง จากมากไปหาน้อย 1 = มากที่สุด)

- () 1. คำชวนจากเพื่อนหรือญาติ () 2. เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ
 () 3. บทความในหนังสือวารสาร () 4. ความเหมาะสมกับระยะเวลา
 () 5. รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว () 6. พาบุคคลอื่นมาเที่ยว
 () 7. คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย () 8. เป็นผลพลอยได้จากกิจกรรมอื่น
 () 9. อื่นๆ ระบุ.....

18. สิ่งจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี (เลือกไม่เกิน 3 ลำดับ กรุณาใส่หมายเลขเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 1 = มากที่สุด)

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| () 1. ที่พักแรม | () 2. การคมนาคมขนส่งสะดวก |
| () 3. ร้านอาหารและภัตตาคาร | () 4. บริการนำเที่ยวที่น่าสนใจ |
| () 5. แหล่งท่องเที่ยวสวยงาม | () 6. ร้านขายของที่ระลึก |
| () 7. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | () 8. ข้อมูลข่าวสารที่ดี |
| () 9. อื่นๆ ระบุ | |

19. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่ท่านได้ไปท่องเที่ยวมาแล้ว คือ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| () 1. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม | () 2. อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ |
| () 3. อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย | () 4. แก่งสะพือ |
| () 5. แม่น้ำสองสี | () 6. ชายแดนช่องเม็ก |
| () 7. วัดบ้านนาเมือง | () 8. วัดหนองบัว |
| () 9. วัดหนองป่าพง | () 10. วัดป่านานาชาติ |
| () 11. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี | () 12. หาดวัดใต้ |
| () 13. หาดคูเคื่อ | () 14. ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านบ้านปะอาว |
| () 15. อื่นๆ ระบุ | |

20. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ท่านประทับใจ ที่ใดมากที่สุด (ระบุเหตุผล และเรียงลำดับ 3 อันดับแรก)

- | |
|--|
| () 1. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม เพราะ |
| () 2. อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เพราะ |
| () 3. อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย เพราะ |
| () 4. แก่งสะพือ เพราะ |
| () 5. แม่น้ำสองสี เพราะ |
| () 6. ชายแดนช่องเม็ก เพราะ |
| () 7. วัดบ้านนาเมือง เพราะ |
| () 8. วัดหนองบัว เพราะ |
| () 9. ไม่สามารถเลือกได้ เนื่องจากมาเที่ยวเพียงแห่งเดียว |

ตอนที่ 3

ปัจจัยด้านความต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความแต่ละข้อและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด โดยมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์					
21. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว					
22. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว					
23. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว					
24. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว					
25. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น					

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์					
26. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการพูดกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว					
27. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง					
28. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม					
29. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง					
30. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว					

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์					
31. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถ					
32. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดการนำเที่ยว					
33. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างต่อเนื่อง					
34. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่มีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาในการเดินทาง					
35. ท่านต้องการมัคคุเทศก์ที่แต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ					

ตอนที่ 4

ความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความแต่ละข้อและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด โดยมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์					
36. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีขาดความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว					
37. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีขาดความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว					
38. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีขาดความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว					
39. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีขาดความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว					
40. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานีขาดความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น					

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์					
41. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ขาดความสามารถในการพูดกับนักท่องเที่ยวได้อย่าง คล่องแคล่ว					
42. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ขาดความสามารถในการสื่อสารทำความเข้าใจกับ นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง					
43. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ขาดความสามารถในการจัดเวลานำเที่ยวให้กับ นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม					
44. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ขาดความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง					
45. ท่านเห็นว่ามัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี ขาดความสามารถในการ บริการอำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยว					



ภาคผนวก ค
การหาค่า IOC

การหาค่า IOC

ตอนที่ 3 : ปัจจัยด้านความต้องการมัลแวร์ที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1-5					สูตร $IOC1=e1+e2+e3+e4+e5/n$	ค่า IOC	ผลการประเมิน
ด้านความรู้ของมัลแวร์								
1	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
2	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
3	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
4	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
5	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
6	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
7	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
8	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
ด้านความสามารถของมัลแวร์								
9	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
10	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
11	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
12	1	1	1	1	-1	3/5	0.6	สอดคล้อง
13	1	1	0	1	1	4/5	0.8	สอดคล้อง
14	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
15	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
16	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
ด้านคุณสมบัติของมัลแวร์								
17	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
18	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
19	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
20	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
21	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
22	1	1	0	1	0	3/5	0.6	สอดคล้อง
23	1	1	0	1	1	4/5	0.8	สอดคล้อง
24	1	1	1	0	0	3/5	0.6	สอดคล้อง

การหาค่า IOC

ตอนที่ 4 : ความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ในจังหวัดอุบลราชธานี

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1-5					สูตร $IOC1=e1+e2+e3+e4+e5/n$	ค่า IOC	ผลการประเมิน
ด้านปัญหาการขาดความรู้ของมัคคุเทศก์								
25	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
26	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
27	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
28	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
29	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
30	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
31	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
32	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
ด้านปัญหาการขาดความสามารถของมัคคุเทศก์								
33	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
34	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
35	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
36	1	1	1	0	1	4/5	0.8	สอดคล้อง
37	1	1	0	1	0	3/5	0.6	สอดคล้อง
38	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
39	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
40	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
ด้านปัญหาการขาดคุณสมบัติของมัคคุเทศก์								
41	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
42	1	1	1	1	1	5/5	1.0	สอดคล้อง
43	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
44	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
45	1	1	1	1	0	4/5	0.8	สอดคล้อง
46	1	1	0	1	0	3/5	0.6	สอดคล้อง
47	1	1	0	1	0	3/5	0.6	สอดคล้อง
48	1	1	1	0	0	3/5	0.6	สอดคล้อง



ภาคผนวก ง
หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง



ที่ ศธ 0547.04/ ว092

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ถนนราชธานี อำเภอเมือง
จังหวัดอุบลราชธานี 34000

24 กุมภาพันธ์ 2548

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบประเมิน จำนวน 1 ชุด
2. ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นายปวิรรต ตมนึก นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กำลังทำวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการมีคฤเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีอาจารย์ ดร.ชมพูนุท โมราชาดิ และผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญจาวรณ วิงวอน เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คณะวิทยาการจัดการเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านช่วยกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาสำนวนภาษา ข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อให้ นักศึกษาได้แก้ไขข้อมูลให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก่อนนำไปทดลองใช้และดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทองใบ สุคชารี)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. 0 4526 2423 – 32 ต่อ 1316

โทรสาร 0 4531 1472

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายปวิรรต สมณี
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ.2507
สถานที่เกิด	อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 10 ถนนแจ้งสนิท 12 อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	มัคคุเทศก์อาชีพอิสระภาษาอังกฤษ
สถานที่ทำงานในปัจจุบัน	บริษัทเปี่ยมบุญทัวร์ จำกัด เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2526 ประกาศนียบัตรประโยคมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช จังหวัดอุบลราชธานี
	พ.ศ.2529 ประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (การบัญชี) วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี
	พ.ศ.2531 ประกาศนียบัตรการไปรษณีย์และโทรคมนาคม โรงเรียนการไปรษณีย์และโทรคมนาคม
	พ.ศ.2532 ปริญญารัฐศาสตรบัณฑิต (การปกครอง) สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	พ.ศ.2540 ประกาศนียบัตรมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
	พ.ศ.2544 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	พ.ศ.2545 ประกาศนียบัตรภาษาอังกฤษสำหรับครู สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	พ.ศ.2547 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	พ.ศ.2548 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี