

สมรรถนะที่สำคัญต่อการจ้างงานอย่างต่อเนื่องของอาชีพ มัคคุเทศก์ในภาคใต้ หลังสถานการณ์โควิด-19

Core Competencies to Continuous Employment of Tour Guide in The Southern Region After The COVID-19 Pandemic

เกสสิณี ตริพงษ์พันธุ์¹ ดวงกาญจน์ วัฒนบุญ² และกนกวรรณ ศรีขวัญ³

Kessini Tripongpan¹, Tuangkarn Watthanaboon²,

and Kanokwan Srikwan³

Received: July 13, 2023

Revised: August 24, 2023

Accepted: August 28, 2023

¹ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Hospitality Industry Management, International School of Tourism,
Suratthani Rajabhat University (E-mail: kessini.tri@sru.ac.th)

² สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Hospitality Industry Management, International School of Tourism,
Suratthani Rajabhat University (E-mail: tuangkarn.wat@sru.ac.th)

³ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Hospitality Industry Management, International School of Tourism,
Suratthani Rajabhat University (E-mail: kanokwan.sri@sru.ac.th)

บทคัดย่อ

การให้บริการของมัคคุเทศก์มีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทยสำหรับการให้บริการที่มีคุณภาพและสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี การจ้างงานหลังจากการเปิดประเทศหลังโควิด-19 เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก โดยต้องพิจารณาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ให้เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งทักษะที่สำคัญของมัคคุเทศก์หลังจากสถานการณ์โควิด-19 จากการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ในพื้นที่การทำงานของ 3 จังหวัด คือ 1) จังหวัดกระบี่ 2) จังหวัดภูเก็ต และ 3) จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 25 คน โดยศึกษาและสังเคราะห์จากการวิจัยเชิงคุณภาพประเด็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการนำเที่ยวและการให้บริการรวมถึงลักษณะทางกายภาพของมัคคุเทศก์ในการให้บริการที่ยอดเยี่ยม พบว่า การให้บริการที่ดีที่สุดในการนำเที่ยวเป็นการนำเที่ยวที่มีการวางแผนล่วงหน้า การสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การให้บริการที่เป็นกันเอง มีความอ่อนโยน และให้เกียรติกัน เป็นสิ่งที่มัคคุเทศก์ให้ความสำคัญจึงทำให้เกิดการจ้างงานต่อเนื่อง ดังนั้น การเตรียมตัวให้มัคคุเทศก์มีความพร้อมในการให้บริการในยุคปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะการให้ประสบการณ์ก่อนการทำงานจริง จากรูปแบบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาหรือบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวและบริการที่มีเป้าหมายที่ต้องการทำงานมัคคุเทศก์ การเพิ่มทักษะมัคคุเทศก์ระหว่างทำงาน และมีการสะท้อนคิดจากการให้บริการหลังจากการทำงาน สามารถทำให้มัคคุเทศก์มีการพัฒนาต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ให้บริการของมัคคุเทศก์, สมรรถนะที่สำคัญของมัคคุเทศก์, หลังสถานการณ์โควิด-19

Abstract

Tour guide services are very important to the tourism industry in Southern Thailand for providing quality service and creating a good travel experience. The employment after reopening the country after COVID-19 is very important for who consider the knowledge and competence of guides to suit the assigned tasks. Skills of tour guides after the COVID-19 situation from interviews with guides in working areas of 3 provinces, 1) Krabi, 2) Phuket, and 3) Surat Thani, 25 people were studied and synthesized from qualitative research on the importance of tour guides and giving service includes the physical nature of tour guides in providing excellent service. It was found that providing the best tour guide service is a guided tour that has been planned in advance, with good communication and relationship building friendly service, gentleness, and respect for each other. Therefore, it is very important to prepare the tour guides to be ready to serve in the modern era, especially by providing the actual pre-work experience from the training format. The professional experience of students of tourism and service personnel who aim to work as tour guides is important. Increasing guide skills during work as well as there are reflections from service. After work can make guides develop continuously.

Keywords: Tour Guide Service, Core Competencies of Tour Guide, After The COVID-19 Pandemic

บทนำ

มัคคุเทศก์เป็นกลุ่มอาชีพที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาต่อเนื่อง ตลอดช่วง พ.ศ. 2553-2562 (Tourism Satellite Account: TSA, 2562) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคใต้ของประเทศไทยที่เป็นการท่องเที่ยวทางทะเลและทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลก อย่างไรก็ตามสถานการณ์โควิด-19 ได้กระทบต่อกลุ่มอาชีพนี้ อย่างมาก เนื่องจากการเดินทางเป็นจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยว ทำให้จำนวน นักท่องเที่ยวต่างชาติดลดลง ร้อยละ 72 (UNWTO, 2020) เป็นการสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศถึง 935 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีผลกระทบต่อประเทศไทยและธุรกิจนำเที่ยว มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในไตรมาส 1/2563 จำนวน 6.69 ล้านคน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ที่จำนวน 10.79 ล้านคน ลดลงร้อยละ 38.01 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมดมีมูลค่าตลอดช่วงไตรมาสแรกเหลือเพียง 524,570.19 ล้านบาท ลดลงจากระยะเดียวกันของปีที่แล้ว ร้อยละ 37.56 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) การมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการเดินทางระหว่างประเทศ การระงับเที่ยวบินและการลี้ภัยควานซ์ที่จำกัด การเคลื่อนไหวของคนจำนวนมาก ทำให้มัคคุเทศก์ทั่วประเทศไทยและทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายในการหางานและรักษางานในช่วงสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนนี้

สถานการณ์โควิด-19 เป็นโอกาสสำหรับมัคคุเทศก์ในการพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงานใหม่ ๆ และเตรียมความพร้อมอยู่เสมอเมื่อนักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการ เช่น การสร้างเนื้อหาโฆษณาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างตัวตน การให้ความรู้เทคนิคการนำเที่ยว วิธีการตอบคำถามและการติดต่อกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น การพัฒนาทักษะการเขียนและการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศก็เป็นสิ่งสำคัญในการเตรียมความพร้อมเมื่อเข้าสู่

สถานการณ์ปกติในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การพัฒนาความรู้ใหม่และทักษะต่าง ๆ จากช่วงสถานการณ์โควิด-19 สามารถเกิดการบูรณาการสมรรถนะของมัคคุเทศก์ได้อีกด้วย ซึ่งประกอบด้วย 5 ข้อ คือ 1) องค์ประกอบด้านทัศนคติ เช่น การเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว การมีทัศนคติที่ดี ซึ่งช่วยให้เกิดการส่งมอบการบริการที่ดีเยี่ยม 2) องค์ประกอบด้านความรู้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการบริการความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านการสื่อสาร เป็นต้น 3) องค์ประกอบด้านคุณลักษณะที่พึงมีต่อนักท่องเที่ยว เช่น การดูแลนักท่องเที่ยว ความรับผิดชอบ 4) องค์ประกอบด้านทักษะ เช่น การรับมือแก้ไขปัญหา การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และ 5) องค์ประกอบความเข้าใจพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ความรู้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ที่ดีกับพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น (Phamornsirirakul & Sucher, 2019)

การเปิดประเทศหลังจากสถานการณ์โควิด-19 เป็นเรื่องที่สำคัญมากในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและส่งเสริมการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย การจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากจะมีผลต่อการให้บริการและมีผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศด้วย การเปิดประเทศทำให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้เดินทางมากขึ้น โดยเฉพาะภาคใต้ของประเทศไทยมีทรัพยากรที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกนั้น จึงเป็นสถานที่ที่ทำให้เกิดการแข่งขันสูงในการให้บริการของกลุ่มมัคคุเทศก์ ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จะทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการให้กลยุทธ์ความสำคัญในการนำเที่ยวและการให้บริการจากมัคคุเทศก์ในพื้นที่ภาคใต้ที่ได้รับการจ้างงานทันทีจากบริษัทนำเที่ยว

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ภาคใต้ที่ได้รับการจ้างงานทันทีหลังจากการเปิดประเทศ

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ กลุ่มมัคคุเทศก์ภาคใต้ ได้รับค่าตอบแทนเป็นรายเดือนโดยการทำงานเป็นประจำ มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 3 ปี อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว 3 จังหวัด ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวหลังจากเปิดประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทยในปี 2566 มีทั้งหมด 21,165,132 คน ได้แก่ 1) กระบี่ จำนวน 1,879,976 คน 2) ภูเก็ต จำนวน 5,510,089 คน และ 3) สุราษฎร์ธานี จำนวน 3,551,421 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2566)

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพมีขนาดเล็ก เน้นการสำรวจเชิงลึกและทำความเข้าใจปรากฏการณ์เฉพาะ ขนาดตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพถูกกำหนดโดยหลักการความอิ่มตัว หมายความว่า การรวบรวมข้อมูลจะดำเนินต่อไปจนกว่าจะไม่มีข้อมูลหรือประเด็นใหม่เกิดขึ้น ขนาดตัวอย่างเฉพาะสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับรูปแบบการวิจัย วิธีการ และคำถามการวิจัย อย่างไรก็ตาม ช่วงที่มีการอ้างอิงถึงโดยทั่วไปคือผู้เข้าร่วม 20-30 คน สำหรับการสัมภาษณ์รายบุคคลหรือการสนทนากลุ่ม (Guest, Bunce, & Johnson, 2006) ซึ่งในงานวิจัยนี้ เป็นมัคคุเทศก์ จำนวน 25 คน เป็นข้อมูลสำคัญที่ถูกคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้กลยุทธ์ในการเลือกตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบเอกพันธ์ (Homogeneous) กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มบุคคลที่ประสบการณ์ที่คล้ายกัน ซึ่งเป็นกลุ่มมัคคุเทศก์ที่ได้ทำงานหลังจากการเปิดประเทศ ดังนั้น จะนำไปสู่การใช้เครื่องมือในการวิจัยแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบการสังเกต

เครื่องมือใช้การวิจัย

วิจัยเชิงคุณภาพ ในครั้งนี้จะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต

เป็นแนวทางเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียดในข้อคำถาม ดังนี้ 1) มัคคุเทศก์ให้ความสำคัญในการนำเที่ยวและการให้บริการอย่างไรบ้าง และ 2) มัคคุเทศก์มีกลยุทธ์นำเที่ยวและการให้บริการอย่างไรจึงได้รับทำงานต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เครื่องมือในการสังเกตเป็นหนึ่งในวิธีที่จะใช้ จะใช้วิธีการ 5 เทคนิค คือ 1) การสังเกตอย่างเป็นระบบ 2) การบันทึกคำอธิบาย 3) การวิเคราะห์ 4) การตีความพฤติกรรมของผู้คนในสถานที่ที่กำหนด และ 5) การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Saunders, Lewis & Thornhill, 2019) ซึ่งจะทำการวิเคราะห์และสรุปในประเด็นเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของมัคคุเทศก์ในการให้บริการ เช่น น้ำเสียงในการให้ข้อมูล แก่ลูกค้า วิธีการสื่อสารทั้งภาษาพูดและภาษากาย เป็นต้น

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หลังจากได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลในงานวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์นั้นเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ในการวิเคราะห์ ซึ่งการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นสามารถทำได้โดยใช้เครื่องมือ ดังนี้

1. การตรวจสอบความเหมาะสมของคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้แก่ 1) นายธนดล หนูน้อย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและเป็นมัคคุเทศก์ 2) นายณัฐนวรรธ ศักดา นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3) ดร.มัลลิตา ชูติระกะ มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) จากการหาค่า Cronbach's alpha พบว่า ทุกประเด็นมีค่าระหว่าง 0.60-0.74 (Nunnally & Bernstein, 1994; Pallant, 2001) และวัดค่าความคงที่ภายในของแบบวัดทั้งฉบับ เท่ากับ 0.70 ซึ่งหมายถึง มีค่าความน่าเชื่อถือสูงและดัชนีที่ยอมรับได้ (Nunnally & Bernstein, 1994; Pallant, 2001)

2. การตรวจสอบผู้สัมภาษณ์ ต้องพิจารณาว่าผู้สัมภาษณ์มีความเหมาะสมกับงานวิจัยและผู้สัมภาษณ์มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องตามวัตถุประสงค์ นอกจากนี้

ยังต้องพิจารณาว่า ผู้สัมภาษณ์มีทักษะในการสื่อสารและเป็นผู้ที่เปิดเผยมข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

3. การบันทึกการสัมภาษณ์ ต้องพิจารณาว่าการบันทึกการสัมภาษณ์นั้นถูกทำได้อย่างถูกต้องและการบันทึกนั้นสามารถช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยประยุกต์ใช้ในรูปแบบการวิจัยแบบเล่าเรื่อง (Narrative Analysis) ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งเป็นวิธีการที่จะทำให้เกิดการรับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้น (Flick, 2018) ซึ่งการเล่าเรื่องที่มีลักษณะสำคัญประกอบด้วยเรื่องเล่านั้นเป็นไปตามลำดับเวลา สามารถสื่อความได้ และมีความเกี่ยวข้องกับสังคมอย่างแท้จริง (Elliot, 2005) เพื่อหาแนวโน้มหรือลักษณะเฉพาะของการให้ความสำคัญในการนำเกี่ยวกับการให้บริการของมัคคุเทศก์ภาคใต้ที่ได้รับจ้างงานทันทีหลังเปิดประเทศ ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลตาม 6 ขั้นตอน (Braun & Clarke, 2006) ดังต่อไปนี้ 1) การถอดความจากข้อมูลการสัมภาษณ์และตรวจสอบ 2) จำแนกและจัดหมวดหมู่เนื้อหา 3) จัดวางประเด็นหลักโดยการเชื่อมโยงหมวดหมู่ของเนื้อหาตามแก่นสาระและกรอบการวิจัย 4) ทบทวนและตรวจสอบแก่นสาระที่ได้เพื่อให้เกิดความชัดเจน มีความหมายและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย 5) วิเคราะห์ จำแนก และระบุแก่นสาระหลักเพื่อหาประเด็นย่อยต่าง ๆ ในแต่ละแก่นสาระ และ 6) นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ โดยลดทอนข้อมูลที่ไม่จำเป็นออก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระชับ สอดคล้อง และเป็นเหตุเป็นผลในรูปแบบของการวิจัย

ผลการศึกษา

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากมัคคุเทศก์ในประเด็นแรก คือ การให้ความ

สำคัญในการนำเที่ยวและการให้บริการของมัคคุเทศก์ภาคใต้ พบว่า การให้ความสำคัญในการนำเที่ยวและการให้บริการ การให้บริการที่ดีที่สุดในการนำเที่ยว ผู้นำทัวร์ควรเป็นคนง่าย ๆ สบาย ๆ มีแบบอย่างที่ดีในการเพิ่มความต้องการในการมุ่งมัน กระตือรือร้น การทำงานความทะเยอทะยานในการทำงานให้ดีที่สุดส่งผลต่อการประสบความสำเร็จ เรียนรู้ด้วยตนเอง จนเกิดความเชี่ยวชาญในการนำเที่ยว นอกจากนี้ ยังควรมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ และมีความเป็นผู้นำสูง ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง เป็นกันเอง ใส่ใจลูกค้า อีกทั้งยังต้องมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและวัฒนธรรมหลากหลายของแต่ละประเทศ ในทำนองเดียวกันยังต้องมีการสื่อสารที่ดี ระลึกเสมอว่าลูกค้าทัวร์คือ คนในครอบครัว ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยให้ผู้นำทัวร์สร้างประสบการณ์การนำเที่ยวที่ดีและปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวได้

“มีไอดอลเป็นคุณพ่อให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคน ตลอด 10 ปี ที่ผ่านมาเรียนรู้จากประสบการณ์ ใช้หัวใจในการทำงานและลูกค้าเสมือนคนในครอบครัว”
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11

“ไก่อจะต้องนำหน้าลูกค้า สร้างความมั่นใจ ดูแลเอาใจใส่ สื่อสารให้ลูกค้าเราให้ชัดเจนว่าเรากำลังจะพาไปเจออะไร ที่ไหนบ้าง และสำคัญที่สุดคือความปลอดภัยทุกเวลา ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 21

“เจอลูกค้าก่อนเวลาทุกวัน พาไปทุกที่ตามโปรแกรม ส่งลูกค้าถึงที่พัก ให้ข้อมูลจนกว่าลูกค้าจะหมดคำถาม หลาย ๆ สัญชาติมีความแตกต่างกัน เราเอาความใส่ใจจากวัฒนธรรมไทยของเราไปเชื่อมต่อกันจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจกลับมาใช้บริการกับพวกเรา”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากมัคคุเทศก์ในประเด็นที่สอง คือ กลยุทธ์นำเที่ยว และการให้บริการที่ทำให้มัคคุเทศก์ได้ทำงานต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน พบว่า การนำเที่ยวที่มีความสมบูรณ์และการสื่อสารที่ดี ซึ่งผู้นำเที่ยวควรมีการวางแผนล่วงหน้า มีการแนะนำตัวเองที่ทำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย และมีความรอบคอบในการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การวางแผนการนำเที่ยวต่อเนื่องพร้อมกับการดูแลความปลอดภัยระหว่างเส้นทาง และการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยสถานที่ที่มีความสวยงามจากกลยุทธ์ในการเตรียมความพร้อม มีความรู้ในแต่ละสถานที่ และมีการบริการลูกค้าที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ยังควรมีการสื่อสารที่ดีและให้เข้าใจชัดเจนก่อนจะให้ลูกค้าทำแต่ละกิจกรรม ดังนั้น กลยุทธ์นำเที่ยวทั้งหมดนี้มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การนำเที่ยวที่เต็มเปี่ยมและมีคุณภาพสูงให้แก่นักท่องเที่ยว

“เมื่อเราสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ทักทายลูกค้า ต้อนรับ แนะนำตัวเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวเรา เชื่อเรา และเดินทางไปพร้อม ๆ กับเราตลอดทริป”
 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5

“การวางแผน การเตรียมความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องรู้และพูดให้เขาเข้าใจที่เราขอความร่วมมือในทุกอย่าง เป็นการใส่ใจ และต้องการให้ลูกค้าทุกคนปลอดภัยตลอดการเที่ยว”
 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18

“เรารู้จักลูกค้าก่อนเพื่อให้วางแผน ทำการบ้าน ว่าลูกค้าชอบอะไร ไม่ชอบอะไร ตรงนี้แหละทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวกับพวกเราน้ออีก ดูแลทุกวัน ดูแลนอกเหนือจากโปรแกรมเที่ยว”
 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 19

ข้อมูลจากการสังเกตประเด็นที่สาม คือ ลักษณะทางกายภาพของ มัคคุเทศก์ในการให้บริการ เช่น น้ำเสียง การให้ข้อมูลแก่ลูกค้า วิธีการสื่อสารทั้ง ภาษาพูดและภาษากาย ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารและการให้บริการที่เป็น กันเอง อ่อนโยน และให้เกียรติ เป็นการทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจและเชื่อใจใน การให้บริการของมัคคุเทศก์ ส่วนด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดีจากการใช้ จังหวะการพูดและน้ำเสียงที่เหมาะสม การให้คำแนะนำและการตอบคำถามที่ดี การใช้ภาษาชัดเจนและมีพลัง การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว การให้ ความใส่ใจและความรอบคอบในการบริการ การใช้ท่าทางประกอบการสื่อสาร ที่เหมาะสม การให้ความเคลื่อนไหวคล่องตัว การสังเกต ใส่ใจผู้ฟัง และการ ใส่ใจสิ่งรอบตัว ลักษณะทางกายภาพทั้งหมดนี้เป็นการสร้างประสบการณ์ให้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งการสื่อสาร การให้บริการที่น่าเชื่อถือและสร้างความพึงพอใจ

สรุปผล

การให้ความสำคัญต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ภาคใต้ที่ได้รับการจ้างงาน ทันทีหลังจากการเปิดประเทศมีผลกระทบที่สำคัญต่ออาชีพและภูมิภาคนั้น โดยมีสรุปผลดังนี้ 1) การเพิ่มสมรรถนะในการให้บริการ การจ้างงานมัคคุเทศก์ ภาคใต้ทันทีหลังจากการเปิดประเทศช่วยเพิ่มสมรรถนะในการให้บริการในภูมิภาค นั้น โดยมีการพัฒนาทักษะและความรู้เฉพาะทางที่จำเป็นในการตอบสนองต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ เช่น การใช้ เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น 2) การสร้างภูมิภานาที่แข็งแกร่ง มัคคุเทศก์ที่ได้รับการจ้างงานทันทีหลังจากการเปิดประเทศมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างภูมิภานาที่แข็งแกร่งในภูมิภาค โดยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว สร้างอัตราการจัดส่งงานและสร้างโอกาสในการทำงานและรายได้ ให้แก่ประชากรในภูมิภาค 3) การสร้างรายได้และเพิ่มอัตราการจัดส่งงาน การจ้าง งานมัคคุเทศก์ภาคใต้ทันทีหลังจากการเปิดประเทศมีผลต่อการสร้างรายได้และ

เพิ่มอัตราการจัดส่งงานในภูมิภาค โดยมีการเพิ่มอัตราการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นก้าวสำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจภาคใต้ และ 4) การเพิ่มคุณภาพการบริการ มัคคุเทศก์ที่ได้รับการจ้างงานทันทีหลังจากการเปิดประเทศมีบทบาทในการเพิ่มคุณภาพการบริการในภูมิภาค โดยมีการสร้างแรงบันดาลใจและความกระตือรือร้นในการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า โดยการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การบริการลูกค้า และการจัดการสถานการณ์ที่ซับซ้อน

ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ภาคใต้ที่ได้รับการจ้างงานทันทีหลังจากการเปิดประเทศ มีผลกระทบที่ชัดเจนต่อการพัฒนาและเติบโตของภูมิภาค โดยมัคคุเทศก์กลุ่มดังกล่าวได้เตรียมตัว เพิ่มทักษะอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการ วิธีการสร้างรายได้ต่อเนื่อง และการสร้างภูมิสำเนาที่แข็งแกร่ง รวมถึงการเพิ่มคุณภาพการบริการที่แตกต่างในการให้บริการจึงทำให้

อภิปรายผล

การให้ความสำคัญในการนำเที่ยวและการให้บริการของมัคคุเทศก์ภาคใต้มีผลสำคัญต่อประสบความสำเร็จในการนำเที่ยวและการให้บริการที่ดีที่สุด ผู้นำทัวร์ควรมีการเปิดใจเรียนรู้ เพื่อเพิ่มความต้องการในการเรียนรู้และพัฒนาในการทำงาน การมุ่งมั่นและความทะเยอทะยานในการทำงานให้ดีที่สุด เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประสบความสำเร็จ การเรียนรู้ด้วยตนเองและพัฒนาความเชี่ยวชาญในการนำเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความเชื่อมั่นและความสามารถในการให้บริการ ความรับผิดชอบและความซื่อสัตย์ของผู้นำทัวร์มีความสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจกับลูกค้า การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและการให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการเสริมสร้างความไว้วางใจของลูกค้า นอกจากนี้ ยังต้องมีความเป็นกันเองในการให้บริการและใส่ใจลูกค้า การมีความ

รู้เกี่ยวกับประเทศไทยและวัฒนธรรมหลากหลายของแต่ละประเทศมีความสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์การนำเที่ยวที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว การสื่อสารที่ดีและเข้าใจชัดเจนก่อนที่จะให้ลูกค้าทำแต่ละกิจกรรม สอดคล้องกับด้านเทคนิคในการทำงานในอุตสาหกรรมบริการ เช่น ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การแก้ไขปัญหา และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทักษะขอพสลักในศตวรรษที่ 21 เป็นการเพิ่มความพึงพอใจจากลูกค้าและความแตกต่างทางด้านการให้บริการ (Anh Thi Van Pham & Huong Thi Thu Dao, 2021)

กลยุทธ์ที่มีผลสำเร็จในการนำเที่ยวและการให้บริการที่ช่วยให้มัคคุเทศก์ทำงานต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยการนำเที่ยวที่มีความสมบูรณ์และการสื่อสารที่ดี การนำเที่ยวที่มีความสมบูรณ์และการสื่อสารที่ดีช่วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวให้มี ความน่าสนใจและพร้อมใช้งาน การวางแผนล่วงหน้าและการแนะนำตัวเอง ผู้นำเที่ยวควรมีการวางแผนล่วงหน้าในการนำเที่ยวและมีการแนะนำตัวเองที่ทำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย นอกจากนี้ควรมีความรอบคอบในการทำงานและการดูแลลูกค้าอย่างเป็นระเบียบ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการวางแผนการนำเที่ยวต่อเนื่อง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าช่วยให้มัคคุเทศก์สามารถวางแผนการนำเที่ยวต่อเนื่องได้ โดยการดูแลความปลอดภัยระหว่างเส้นทางและการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยสถานที่ที่มีความสวยงาม สอดคล้องกับการจัดการที่ดีของทรัพยากรมนุษย์ จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี การจัดการกับสถานการณ์ที่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการที่มีคุณภาพของอุตสาหกรรมบริการ ที่มี การเตรียมความพร้อมและความรู้ การเตรียมความพร้อมก่อนการนำเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ควรมีความรู้เกี่ยวกับแต่ละสถานที่ และสิ่งที่น่าสนใจในภูมิภาคนั้น ๆ (Abdullateef&Olyaiyekan, 2020; Kim&Part, 2020; Kuo, Wu & Deng, 2009; Li, Gu & Chen, 2020; Öztürk&Bilgin, 2021) รวมถึงการบริการลูกค้า

ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม การสื่อสารที่ดีและเข้าใจชัดเจน การสื่อสารที่ดีและเข้าใจชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญก่อนที่จะให้ลูกค้าทำแต่ละกิจกรรม โดยควรมีการอธิบายอย่างชัดเจนและพร้อมให้คำแนะนำในทุกขั้นตอน

ลักษณะทางกายภาพของมัคคุเทศก์ในการให้บริการ เช่น น้ำเสียงการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า วิธีการสื่อสารทั้งภาษาพูดและภาษากาย ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารและการให้บริการที่เป็นกันเอง อ่อนโยน และให้เกียรติ เป็นการทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจและเชื่อใจในการให้บริการของมัคคุเทศก์ ส่วนด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดีจากการใช้จังหวะการพูดและน้ำเสียงที่เหมาะสม การให้คำแนะนำและการตอบคำถามที่ดี การใช้ภาษาชัดเจนและมีพลัง การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว การให้ความใส่ใจและความรอบคอบในการบริการ การใช้ท่าทางประกอบการสื่อสารที่เหมาะสม การให้ความเคลื่อนไหวคล่องตัว การสังเกต ใส่ใจผู้ฟัง และการใส่ใจสิ่งรอบตัว เป็นการสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งการสื่อสาร สอดคล้องกับการให้บริการที่น่าเชื่อถือและสร้างความพึงพอใจ ลักษณะทางกายภาพทั้งหมดนี้จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในการสื่อสารและการให้บริการที่ดีขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาด้านผลกระทบของ COVID-19 ต่อพนักงานต้อนรับวิกฤติใหม่หรือการขยายตัวของบรรทัดฐาน (Horváth, Viola & Kenesei, Zsófia, 2023)

ข้อเสนอแนะ

1. การปรับตัวในทุกช่วงเวลาของผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์เป็นสิ่งทำให้สามารถได้รับการจ้างงานได้มากกว่ามัคคุเทศก์ที่ไม่เข้าใจและไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้
2. การมีทัศนคติที่ดีของผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การส่งมอบการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการบริการที่เป็นมิตรไมตรี

โดยธรรมชาติและเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างดี

3. การสร้างความรู้สึกรักให้แก่นักท่องเที่ยวมั่นใจ รวมถึงความรู้สึกลดภัยด้วยการใช้น้ำเสียง การระแวงระวังและสังเกตสิ่งรอบตัว เป็นสิ่งที่มักคุุเทศก์ควรให้ความสำคัญในอันดับต้น ๆ เนื่องจากการไม่มั่นใจในสถานการณ์หลังวิกฤตโรคระบาดที่เกิดขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2566). สถิติการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2566 จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=564.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไตรมาส 3/2562. สืบค้น 22 สิงหาคม 2566, จาก [https://www.mots.go.th/download/Tourism EconomicReport/3Presentation Tourism Economic.pdf](https://www.mots.go.th/download/Tourism%20EconomicReport/3Presentation%20Tourism%20Economic.pdf).

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). ข้อมูลด้านการทางท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2566, จาก https://secretary.mots.go.th/policy/more_news.php?offset=0&cid=26&startoffset=0.

บัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว. (2562). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไตรมาส 3/2562. สืบค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2566, <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/>.

Abdullateef, A. O., & Olyaiyekan, F. A. (2020). The Impact of Hospitality Service Quality on Customer Satisfaction: A Study of Hotels in Sokoto State, Nigeria. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 8(1), 1-10.



- Anh Thi Van Pham and Huong Thi Thu Dao. (2021, October). The Importance of Soft Skills for University Students in the 21st Century. In Proceedings of the 4th International Conference on Advances in Artificial Intelligence (ICAAI '20). Association for Computing Machinery, New York, USA, 97–102. [DOI: <https://doi.org/10.1145/3441417.3441430>].
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. [<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>].
- Elliot, A. J. (2005). A Conceptual History of the Achievement Goal Construct. In A. J. Elliot & C. S. Dweck (Eds.), *Handbook of competence and motivation* (pp. 52–72). Guilford Publications.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research*. Los Angeles; Sage Publications.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Horváth, V. and Kenesei, Z. (2023). Employee experience journey mapping. A new approach to attracting talent in the tourism sector in the shadows of COVID-19. *Tourism and Hospitality Management*, 29 (2), 207–217. [DOI: <https://doi.org/10.20867/thm.29.2.5>]

- Kim, D., & Park, J. (2020). The impact of hotel employees' emotional intelligence on emotional labor and job satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 87, (1),13-24.
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 887-896.
- Li, Y., Gu, X., & Chen, Q. (2020). Effects of perceived organizational support on turnover intention among hotel employees: The mediating role of job satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 10-18.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.R. (1994). *Psychometric theory*, Ed.ke-3. New York; McGraw-Hill.
- Öztürk, A. B., & Bilgin, M. H. (2021). The effect of human resource management practices on service quality: The case of five-star hotels in Istanbul. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 20(1), 18-41.
- Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual - a step by step guide to data analysis using SPSS for windows (version10)*. London; Buckingham Open University Press.
- Phamornsiritrakul, P. & Sucher, W. (2019). Competency Scale Development of Tourist Guides (General Foreign). *Veridian E-Journal*, 12(3), 591-612.



- Saunders, M.N.K., Lewis, P. and Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students. (8th Edition). New York; Pearson.
- Smith, J. A., & Osborn, M. (2008). Interpretative phenomenological analysis. In Smith, J. A. (Ed.), Qualitative psychology: A practical guide to research methods (pp. 53-80). Los Angeles; Sage Publications.
- UNTWO. (2020). UNWTO WORLD TOURISM BAROMETER. Retrieved July 1, 2023, from http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/ UNWTO_Barom09_2_en.pdf.