

T

# The Guidance for Potential Development of Tour Guide in Songkhla Province and Surrounding Areas (Phatthalung, Nakhon Si Thammarat, Pattani, Yala, Narathiwat and Satun)

Wiwat Jankingthong<sup>1\*</sup> Korkaew Jankingthong<sup>2</sup>

---

*Received: November 21, 2019 Revised: December 20, 2019 Accepted: January 6, 2020*

## Abstract

This research aims to assess and create the guidelines for the development of competency for a tour guide in Songkhla province and surrounding areas. The sample size of the tour guide was 400 stratified random samplings. There are 50 key informants of focus group comprising managers, private and government officers in tourism communities, tour guide business operators (owners /managers and personnel) and tour guides in the area of Songkhla province, Phatthalung province, Nakhon Si Thammarat province, Pattani province, Yala province, Narathiwat province, and Satun province. The research found that the competencies of tour guides were at high level when considering each dimension in order as follows: (1) ethics, (2) skills, and (3) knowledge. The guidance for the potential development of tour guide in Songkhla province and surrounding areas had 3 main competency developments: 1) self-development strategies, 2) collaboration strategies, and 3) differentiate strategies.

**Keywords:** potential development, tour guide, Songkhla province and surrounding areas

---

<sup>1,2</sup> Department of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University, Songkhla, Thailand

\* Corresponding author. E-mail: [wiwat@hu.ac.th](mailto:wiwat@hu.ac.th)



# แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ ในจังหวัดสงขลาที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และ สตูล)

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง<sup>1,\*</sup> กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง<sup>2</sup>

วันรับบทความ: November 21, 2019 วันแก้ไขบทความ: December 20, 2019 วันตอบรับบทความ: January 6, 2020

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพ และกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาที่เชื่อมโยง ขนาดกลุ่มตัวอย่างของมัคคุเทศก์ คือ 400 ตัวอย่าง โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาที่เชื่อมโยง คือ ผู้บริหาร บุคลากรหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (เจ้าของ/ผู้จัดการ และบุคลากร) และมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) จำนวน 50 คน ผลการวิจัยพบว่ามัคคุเทศก์มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่ามัคคุเทศก์มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ รองลงมา คือ ด้านทักษะ ในขณะที่ด้านความรู้ มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาที่เชื่อมโยงมี 3 ประการ คือ 1) กลยุทธ์การพัฒนาตนเอง 2) กลยุทธ์การทำงานร่วมกัน และ 3) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

**คำสำคัญ:** การพัฒนาศักยภาพ มัคคุเทศก์ สงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

<sup>1,2</sup> สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

\* Corresponding author. E-mail: janwiwat@gmail.com

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอย่างมาก ส่วนประกอบสำคัญหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวให้รู้เห็นถึงความสวยงามของบ้านเมือง ความประณีตของศิลปะ ความล้ำค่าของวัฒนธรรม ความดีงามของขนบธรรมเนียมประเพณี และความงามของทิวทัศน์ธรรมชาติ รวมทั้งอื่น ๆ อีกมากมาย ก็คือ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ เพราะฉะนั้นมัคคุเทศก์จึงควรจะได้เรียนรู้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากมัคคุเทศก์เป็นผู้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก และช่วยเพิ่มพูนจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น โดยทั่วไปบทบาทหน้าที่ของมัคคุเทศก์ในฐานะผู้นำเที่ยวมีหน้าที่ 3 ประการ คือ 1) การรับเข้านักท่องเที่ยว (Transfer-In) 2) การนำเที่ยว (Tourist Guide) และ 3) การส่งออกนักท่องเที่ยว (Transfer-Out) (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2556)

จากการปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งพบว่า ยังไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากมัคคุเทศก์ขาดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการนำเที่ยว จึงทำให้เกิดการทำงานที่ผิดพลาด ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ อีกทั้ง มัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งขาดเทคนิคการสร้างมนุษยสัมพันธ์และศิลปะการพูดกับนักท่องเที่ยว ไม่ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งไม่ทราบถึงเทคนิคการนำเที่ยวที่ถูกต้อง (พิมพ์พรณ สุจารีพงษ์, 2559) จากการสัมภาษณ์ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 13 และนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า มัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาทั้งพื้นที่เชื่อมโยง (จังหวัดสตูล พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ยังขาดศักยภาพด้านความรู้ทั่วไปด้านการท่องเที่ยว ความรู้เฉพาะด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายู อีกทั้ง มัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งยังบกพร่องด้านจริยธรรมในวิชาชีพ ทำให้การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ทั้งก่อนการนำเที่ยว ระหว่างการนำเที่ยว และหลังการนำเที่ยว ไม่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ (เขมชนิตดาภา ฤทธิกาญจน์, สัมภาษณ์, 2560)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับสองของภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีหลากหลาย ทั้งจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) อีกทั้ง จังหวัดสงขลายังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นในภาคใต้ (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, 2562) ดังนั้นหากมัคคุเทศก์เป็นผู้ที่มีจริยธรรมในวิชาชีพ มีความพร้อมในด้านความรู้ทั่วไปและความรู้เฉพาะในการท่องเที่ยว และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ รวมถึงมีทักษะในวิชาชีพในให้บริการก่อน ระหว่าง และหลังการนำเที่ยวก็ย่อมสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการได้ คณะนักวิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพให้แก่มัคคุเทศก์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวมายังจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดพัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจทำการวิจัยภายใต้หัวข้อ

“แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล)”

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis และการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ของมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง
3. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง

## ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครอบคลุมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อประเมินศักยภาพของมัคคุเทศก์ และการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หรือเรียกว่า การวิเคราะห์ SWOT และวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์เชิงรุก เชิงป้องกัน เชิงแก้ไข และเชิงรับ หรือเรียกว่า การวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Matrix รวมถึงกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษา คือ มัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง ทั้งในระดับชุมชนและองค์กรธุรกิจ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการศึกษา คือ จังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง ประกอบด้วย จังหวัดพัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ได้อย่างเหมาะสม

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ โอกาสที่จะดำเนินการได้ และปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานของมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อนำข้อมูลไปเป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดโครงการและกิจกรรมในการส่งเสริมและสนับสนุน

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงกลยุทธ์เชิงรุก เชิงป้องกัน เชิงแก้ไข และเชิงรับ ในการดำเนินงานของมัคคุเทศก์ ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง ไปใช้เป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพให้แก่มัคคุเทศก์

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง ไปใช้เป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดเป็นนโยบายและแผนการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ อย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

## แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับมัคคุเทศก์

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยวมีภารกิจในการสนับสนุนและส่งเสริมการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว อันจะเกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนำรายได้จากการท่องเที่ยวมาอุดหนุนเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ดังนั้น สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จึงได้ทำการศึกษาและกำหนดมาตรฐานมัคคุเทศก์ขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ดังนี้

### 1. ความหมายมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่และบุคคล ทั้งนี้มัคคุเทศก์จำเป็นต้องได้รับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ และสามารถใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้

### 2. ความสำคัญของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ หรือ ไกด์ มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจบริการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวในปัจจุบันความจำเป็นที่ต้องมีมัคคุเทศก์สำหรับอธิบายเรื่องราวกับสถานที่ท่องเที่ยวและความรู้ต่าง ๆ และในทางอ้อมมัคคุเทศก์ที่ดีจะช่วยให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว และช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้มัคคุเทศก์ยังมีหน้าที่ช่วยเหลือดูแลอำนวยความสะดวกบริการแก่นักท่องเที่ยว ดูแลความปลอดภัยในกรณีที่เกิดปัญหาต่าง ๆ และช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยว (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2556)

### 3. ประเภทของมัคคุเทศก์

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ขยายขอบเขตการทำงานมัคคุเทศก์ทั่วประเทศ ปรับประเภทใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ใหม่ เป็น 3 ประเภท 6 ชนิด ได้แก่ มัคคุเทศก์ประเภททั่วไป บัตรสีบรอนซ์เงิน และมัคคุเทศก์ประเภทเฉพาะภูมิภาค มี 4 ชนิด คือ 1. เฉพาะภูมิภาค ภาคกลาง บัตรสีเหลือง, 2. เฉพาะภูมิภาค ภาคเหนือ บัตรสีเขียว, 3. เฉพาะภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บัตรสีส้ม, 4. เฉพาะภูมิภาค ภาคใต้ บัตรสีฟ้า และมัคคุเทศก์ประเภทท้องถิ่นบัตรสีน้ำตาล ซึ่งการปรับประเภทใบอนุญาตใหม่จะมีผลตั้งแต่วันที่ 18 เม.ย. 2562 เป็นต้นไป ทั้งนี้ เพื่อขยายขอบเขตการทำงานของมัคคุเทศก์ทั่วประเทศให้กว้างมากขึ้น รองรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในอนาคต กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านบริการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว มาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

#### 4. บทบาทหน้าที่ของมัคคุเทศก์

บทบาทหน้าที่ของมัคคุเทศก์ในฐานะผู้นำเที่ยว มัคคุเทศก์มีหน้าที่ 3 ประการ ดังนี้

4.1 หน้าที่ในการรับเข้านักท่องเที่ยว การรับเข้านักท่องเที่ยว หมายถึง การไปรับนักท่องเที่ยว จากจุดเข้าเมืองหรือเข้าจังหวัด เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเรือ สถานีรถไฟ หรือสถานีรถยนต์ แล้วนำมาส่งยัง สถานที่พักแรม ดูแล ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักอย่างเรียบร้อย

4.2 หน้าที่ในการนำเที่ยว การนำเที่ยว ได้แก่ การนำนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ในรายการที่กำหนดแต่ละครั้ง แล้วนำมาส่งยังที่พัก

4.3 หน้าที่ในการส่งออกนักท่องเที่ยว การส่งออกนักท่องเที่ยว คือ การนำนักท่องเที่ยวจากที่พักไป ส่งยังท่าอากาศยาน ท่าเรือ สถานีรถไฟ หรือ สถานีขนส่ง เพื่อเดินทางกลับ

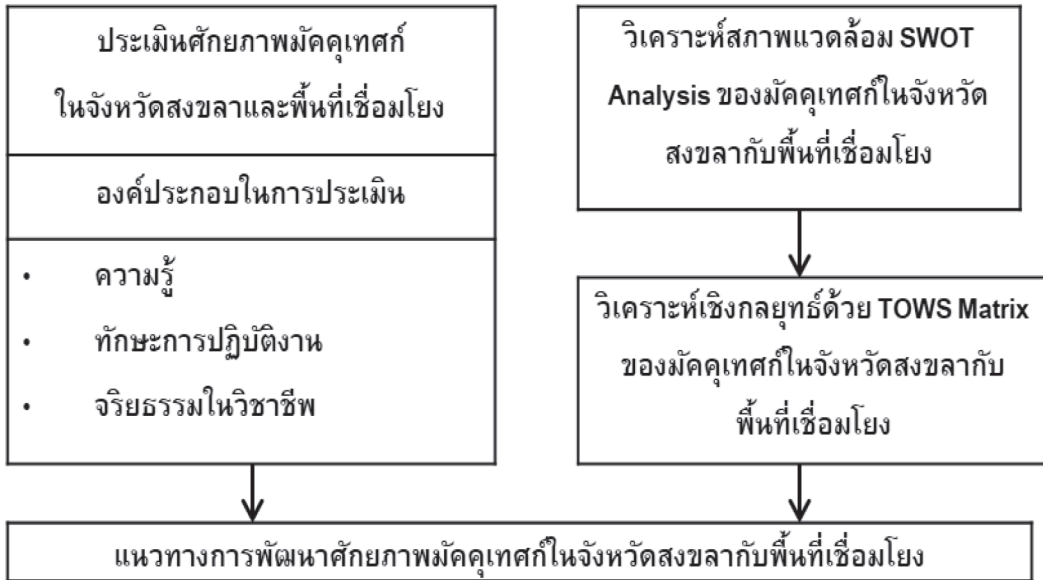
#### 5. องค์ประกอบในการวัดศักยภาพของมัคคุเทศก์

ศักยภาพของมัคคุเทศก์ในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ต้องมีศักยภาพที่สำคัญ 3 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านความรู้ 2) ด้านทักษะการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ และ 3) ด้านจริยธรรม ในวิชาชีพ (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

การวิจัยนี้ผู้วิจัยนำแบบประเมินศักยภาพมัคคุเทศก์ของกรมการท่องเที่ยว มาดัดแปลงเพื่อให้ สอดคล้องในการวัดศักยภาพของมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้าน ความรู้ มี 19 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย ความรู้เฉพาะด้านการท่องเที่ยว มี 10 ตัวชี้วัด ความรู้พื้นฐานด้านภาษา มี 4 ตัวชี้วัด และความรู้ทั่วไปด้านการท่องเที่ยว มี 5 ตัวชี้วัด 2) ด้านทักษะการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ มี 25 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย ก่อนนำเที่ยว มี 10 ตัวชี้วัด ระหว่างการนำเที่ยว มี 10 ตัวชี้วัด และหลังการนำเที่ยว มี 5 ตัวชี้วัด และ 3) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ มี 6 ตัวชี้วัด

### กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยบูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) มีวิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อประเมินศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร คือ มัคคุเทศก์ที่จดทะเบียนในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง โดยกำหนดพื้นที่ในการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 จังหวัดสงขลา มีจำนวน 1,631 คน กลุ่มที่ 2 พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (พัทลุง และนครศรีธรรมราช) มีจำนวน 506 คน กลุ่มที่ 3 สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) และสตูล มีจำนวน 1,273 คน รวมมัคคุเทศก์ทั้ง 3 กลุ่มพื้นที่ คิดเป็นจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,410 คน (กรมการท่องเที่ยว, สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2560)

2. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้จำนวนประชากร 3,410 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 346 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง และใช้การเลือกตัวอย่างแบบอาศัยหลักความน่าจะเป็น โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และกำหนดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** กลุ่มตัวอย่างมัคคุเทศก์จำแนกตามพื้นที่ในการศึกษาแต่ละกลุ่ม

กลุ่ม	จำนวนมัคคุเทศก์ (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
มัคคุเทศก์ในกลุ่มพื้นที่ 1 (จังหวัดสงขลา)	1,631	191
มัคคุเทศก์ในกลุ่มพื้นที่ 2 (พัทลุง และนครศรีธรรมราช)	506	60
มัคคุเทศก์ในกลุ่มพื้นที่ 3 (สามจังหวัดชายแดนภาคใต้และสตูล (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล)	1,273	149
<b>รวม</b>	<b>3,410</b>	<b>400</b>

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบประเมินเพื่อใช้วัดศักยภาพมัคคุเทศก์ ซึ่งได้ดัดแปลงจากแบบประเมินของกรมการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ มี 19 ตัวชี้วัด 2) ด้านทักษะการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ มี 25 ตัวชี้วัด และ 3) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ มี 6 ตัวชี้วัด ลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ มากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด สำหรับการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.51 - 5.00	หมายถึง มีระดับศักยภาพมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.51 - 4.50	หมายถึง มีระดับศักยภาพมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.51 - 3.50	หมายถึง มีระดับศักยภาพปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.51 - 2.50	หมายถึง มีระดับศักยภาพน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.50	หมายถึง มีระดับศักยภาพน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นแบ่งกลุ่มมัคคุเทศก์ในแต่ละจังหวัด และกำหนดสัดส่วนตามจำนวนขนาดตัวอย่างในแต่ละจังหวัด จากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากชื่อมัคคุเทศก์ในแต่ละจังหวัด และเก็บแบบสอบถามให้ได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

5. การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติภาคบรรยายต่าง ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**วัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3** เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis และการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix และกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาพื้นที่เชื่อมโยง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดสงขลาพื้นที่เชื่อมโยง ได้แก่ 1) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว 2) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ 3) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา 4) สภาอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว 5) นายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว



และมัคคุเทศก์ สาขาภาคใต้ เขต 1 6) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 7) ตำรวจท่องเที่ยว 8) นักท่องเที่ยว 9) ผู้นำชุมชน 10) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และ 11) มัคคุเทศก์ ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) โดยจัดประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น จำนวน 3 ครั้ง กำหนดผู้เข้าร่วมในแต่ละครั้ง จำนวน 50 คน โดยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควต้า

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทำการระดมความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และทำการวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรุก เชิงป้องกัน เชิงแก้ไข และเชิงรับของมัคคุเทศก์ และร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ โดยจัดประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น จำนวน 3 ครั้ง รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง โดยในการประชุมกลุ่มได้กำหนดผู้เข้าร่วมในแต่ละครั้ง จำนวน 50 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุป โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวมจากการประชุมกลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก มาจัดข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อการวิเคราะห์ โดยแยกแยะในแต่ละประเด็น จากนั้นพิจารณาหาประเด็นที่คล้ายคลึงกันนำมารวมกัน และจัดเป็นหมวดหมู่ แล้ววิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล จนได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของมัคคุเทศก์ จากนั้นนำผลสรุปของการวิเคราะห์ SWOT มากำหนดปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (Strategic Factors) โดยการนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาจับคู่กันในรูปของ TOWS Matrix และกำหนดเป็นกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ จากนั้นนำข้อมูลจากกลยุทธ์มาแปลงเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง

## ผลการวิจัย

### ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 1

ผลการประเมินศักยภาพของมัคคุเทศก์ พบว่า มัคคุเทศก์มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า มัคคุเทศก์มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ รองลงมา คือ ด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และ 3.90 ตามลำดับ ในขณะที่ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพของมัคคุเทศก์ x

ศักยภาพ	x	S.D.	ระดับศักยภาพ
ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ	4.07	.84	มาก
ด้านทักษะ	3.90	.86	มาก
- ก่อนการนำเที่ยว	3.85	.88	มาก
- ระหว่างการนำเที่ยว	3.94	.86	มาก
- หลังการนำเที่ยว	3.89	.88	มาก
ด้านความรู้	3.11	.94	ปานกลาง
- ความรู้ทั่วไปด้านการท่องเที่ยว	3.29	.99	ปานกลาง
- ความรู้พื้นฐานด้านภาษา	3.07	.88	ปานกลาง
- ความรู้เฉพาะด้านการท่องเที่ยว	2.98	1.08	ปานกลาง
<b>ภาพรวมศักยภาพมัคคุเทศก์</b>	<b>3.69</b>	<b>.83</b>	<b>มาก</b>

### ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 2

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis ของมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาบกับพื้นที่เชื่อมโยง ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของมัคคุเทศก์ ดังนี้

#### จุดแข็ง

1. มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่เป็นคนที่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
2. มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์ในการนำเที่ยว สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้
3. มัคคุเทศก์ในพื้นที่ช่วยกันดูแลทรัพยากรให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน
4. มัคคุเทศก์ในพื้นที่มีเครือข่ายพันธมิตรในการทำธุรกิจ
5. มัคคุเทศก์เชื้อสายจีนส่วนหนึ่งมีความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนได้เป็นอย่างดี
6. มัคคุเทศก์อิสระจำนวนหนึ่งมีความรู้ ความสามารถในการสื่อสารได้หลายภาษา
7. มัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งให้บริการด้วยใจ และสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว
8. มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์ในการนำเที่ยว ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
9. มัคคุเทศก์อิสระในพื้นที่จะรวมกลุ่มกันเพื่อแชร์ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว
10. มัคคุเทศก์อาชีพมีความรักและศรัทธาในอาชีพ และมีจรรยาบรรณ

#### จุดอ่อน

1. มัคคุเทศก์ที่สามารถอธิบายเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียดมีจำนวนไม่มาก
2. มัคคุเทศก์ที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ จีน และมลายู มีน้อย

3. มัคคุเทศก์อิสระส่วนหนึ่งรับงานเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว ทำให้เกิดการแย่งลูกค้า
4. มัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งมีบัตรประจำตัวมัคคุเทศก์ แต่ไม่ได้ทำอาชีพเป็นมัคคุเทศก์
5. มัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งยังขาดเทคนิคการนำเที่ยวให้มีความน่าสนใจ
6. มัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย
7. มัคคุเทศก์ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบริการที่เป็นเลิศ
8. มัคคุเทศก์รุ่นใหม่ไม่เข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง
9. มัคคุเทศก์รุ่นใหม่ขาดทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
10. มัคคุเทศก์รุ่นเก่าไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้น

## โอกาส

1. การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้มากขึ้น
3. นักท่องเที่ยวซื้อสายการบินราคาประหยัดเที่ยวทางวัฒนธรรมมากขึ้น
4. ภาคใต้มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีประวัติความเป็นมาและมีเรื่องราวที่น่าสนใจ
5. เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลากหลายมากขึ้น
6. นักท่องเที่ยวพิจารณาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่สูง
7. ภาครัฐให้การสนับสนุน โดยการอบรมให้ความรู้แก่มัคคุเทศก์อย่างต่อเนื่อง
8. มัคคุเทศก์สามารถรับงานอิสระให้กับบริษัททัวร์ต่าง ๆ ได้
9. เจ้าหน้าที่ภาครัฐให้การผ่อนผันกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว
10. นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเมืองไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น

## อุปสรรค

1. นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งหาข้อมูลการเดินทาง และนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง
2. ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อย
3. จำนวนมัคคุเทศก์มีมากเกินไปกว่าความต้องการ ทำให้เกิดการแข่งขันในอาชีพสูง
4. มีผู้นำเที่ยวที่ไม่มีบัตรมัคคุเทศก์เข้ามาแย่งงานมัคคุเทศก์ที่มีบัตรในพื้นที่
5. ขาดการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงในการใช้มัคคุเทศก์
6. มัคคุเทศก์อิสระมีรายได้ไม่แน่นอน ไม่มีสวัสดิการ ทำให้ขาดความมั่นคงในอาชีพ
7. บริษัทนำเที่ยวมักเรียกใช้มัคคุเทศก์รุ่นใหม่ เพราะมีค่าจ้างไม่สูง
8. จำนวนเจ้าหน้าที่ของด่านตรวจคนเข้าเมืองมีจำนวนน้อย ทำให้เกิดความล่าช้า
9. ภาพลักษณ์ของมัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งไม่ดี ทำให้เสียชื่อเสียงของมัคคุเทศก์อื่น ๆ ในพื้นที่
10. นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนหนึ่งไม่ปฏิบัติตามข้อแนะนำ ทำให้ยากต่อการควบคุม

กลยุทธ์ TOWS Matrix ของมัคคุเทศก์ ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก (บุกตลาด) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (เปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (กำจัดจุดอ่อน) และ กลยุทธ์เชิงรับ (สร้างภูมิคุ้มกัน) สามารถนำมาจัดกลุ่มเป็นกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาตนเอง
  - 1.1 อบรมหลักสูตร Service Mind
  - 1.2 สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว
  - 1.3 การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์รุ่นใหม่
  - 1.4 อบรมภาษาต่างประเทศ
  - 1.5 อบรมความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ
  - 1.6 สร้างประสบการณ์ให้กับมัคคุเทศก์รุ่นใหม่
  - 1.7 อบรมด้านบุคลิกภาพและการบริการ
  - 1.8 การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์อาวุโส
  - 1.9 การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์รุ่นใหม่
2. กลยุทธ์ด้านความร่วมมือ
  - 2.1 จัดทำฐานข้อมูลมัคคุเทศก์
  - 2.2 สร้างความร่วมมือในการใช้มัคคุเทศก์ทางด้านภาษาต่างประเทศร่วมกัน
  - 2.3 จัดตั้งกลุ่มมัคคุเทศก์ เพื่อรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ไม่มีบัตร
  - 2.4 การรวมตัวยื่นเรื่องด้านสวัสดิการ
  - 2.5 สร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
3. กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง
  - 3.1 สร้างอัตลักษณ์ของมัคคุเทศก์ตามความสามารถและความถนัด
  - 3.2 การพัฒนาตนเองและสร้างเอกลักษณ์ของมัคคุเทศก์

### ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 3

ผลการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง โดยการแปลงกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ เป็นแนวทางในแต่ละข้อ แสดงดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์
<b>กลยุทธ์ด้านการพัฒนาตนเอง</b>	
1. ฝึกอบรมหลักสูตร Service Mind	1. การฝึกอบรมหลักสูตร Service Mind เพื่อการท่องเที่ยว
2. สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว	2. ร่วมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว และสร้างการรับรู้ที่ดีของมัคคุเทศก์ให้ เกิดกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง
3. การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์รุ่นใหม่	3. การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์รุ่นใหม่ให้มีความสามารถในการให้บริการ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และให้ข้อมูลทางด้านแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้
4. อบรมภาษาต่างประเทศไทย	4. มัคคุเทศก์เข้ารับการฝึกอบรมทางด้านภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ จีน และมลายู เพื่อการท่องเที่ยว) เป็นคอร์สระยะยาว
5. อบรมความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ	5. มัคคุเทศก์เข้ารับการฝึกอบรมความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
6. สร้างประสบการณ์ให้กับมัคคุเทศก์รุ่นใหม่	6. การสร้างประสบการณ์ให้กับมัคคุเทศก์รุ่นใหม่ โดยการให้เป็นมัคคุเทศก์ผู้ช่วยในโปรแกรมการท่องเที่ยว
7. อบรมด้านบุคลิกภาพและการบริการ	7. มัคคุเทศก์เข้ารับการฝึกอบรมด้านการพัฒนาบุคลิกภาพและการบริการที่เป็นเลิศในการท่องเที่ยว
8. การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์อาวุโส	8. การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์อาวุโสให้มีบุคลิกภาพที่ดี มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก และเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว
9. การพัฒนาตนเองของมัคคุเทศก์รุ่นใหม่	9. มัคคุเทศก์รุ่นใหม่จำเป็นต้องแสวงหาความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการนำเที่ยว รวมถึงการแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว
<b>กลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ</b>	
1. จัดทำฐานข้อมูลมัคคุเทศก์	1. จัดทำฐานข้อมูลมัคคุเทศก์ที่มีความรู้และมีความสามารถด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง เช่น รายชื่อ ความสามารถด้านภาษาต่าง ๆ ความสามารถในการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทนำเที่ยวนำข้อมูลไปใช้ในการใช้งานแก่มัคคุเทศก์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. สร้างความร่วมมือในการใช้มัคคุเทศก์ทางด้านภาษาต่างประเทศร่วมกัน	2. การสร้างความร่วมมือในการใช้มัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาจีน และภาษาอื่น ๆ เพื่อการท่องเที่ยว

**ตารางที่ 3** กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์
3. จัดตั้งกลุ่มมัคคุเทศก์ เพื่อรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ไม่มีบัตร	3. จัดตั้งกลุ่มมัคคุเทศก์ในการท่องเที่ยว เพื่อรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ไม่มีบัตร มัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม การกระทำผิดจรรยาบรรณมัคคุเทศก์ รวมถึงการทำหน้าที่ของภาครัฐ
4. การรวมตัวยื่นเรื่องด้านสวัสดิการ	4. มัคคุเทศก์อิสระรวมตัวยื่นเรื่องด้านสวัสดิการเสนอต่อภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
5. สร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	5. กลุ่มมัคคุเทศก์สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับด้านการท่องเที่ยว
<b>กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง</b>	
1. สร้างอัตลักษณ์ของมัคคุเทศก์ตามความสามารถและความถนัด	1. การสร้างอัตลักษณ์ของมัคคุเทศก์ โดยกำหนดเป็นกลุ่มมัคคุเทศก์ตามความสามารถและความถนัด เพื่อสร้างความแตกต่าง เช่น มัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. การพัฒนาตนเองและสร้างเอกลักษณ์ของมัคคุเทศก์	2. มัคคุเทศก์พัฒนาตนเองให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ด้านภาษา และสร้างเอกลักษณ์ให้ตัวเองแตกต่างจากบุคคลอื่น และแตกต่างจากสื่ออินเทอร์เน็ต

**สรุปและอภิปรายผลการวิจัย**

ผลการประเมินศักยภาพของมัคคุเทศก์ พบว่า มัคคุเทศก์มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า มัคคุเทศก์มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ รองลงมา คือ ด้านทักษะ ประกอบด้วย ทักษะก่อนการนำเที่ยว ระหว่างการนำเที่ยว และหลังการนำเที่ยว ในขณะที่ด้านความรู้ มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ความรู้ด้านภาษา และความรู้ด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะมัคคุเทศก์โดยส่วนใหญ่มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความจริงใจและให้ข้อมูลที่เป็นจริงต่อนักท่องเที่ยว รวมถึงมีความรักและศรัทธาในอาชีพ ตระหนักในหน้าที่และมีวินัยในการทำงาน ตลอดจนมีทักษะในการปฏิบัติตามในหน้าที่ของตนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ก่อนการนำเที่ยว ระหว่างการนำเที่ยว และหลังการนำเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ คันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ (2557) ที่พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านจริยธรรมในวิชาชีพ และด้านทักษะการนำเที่ยว ตั้งแต่การก่อนการรับชำนักท่องเที่ยว การนำเที่ยว การส่งออกนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวภัทร ศรีจงแสง, ปวีรพรต สมณี, และอารีรัตน์ เรื่องกำเนิด (2558) ที่พบว่า ระดับศักยภาพของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นบ้านปลาค้าว จังหวัดอำนาจเจริญ ด้านความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พลอยระดา ภูมิ, วรวัฒน์ ทิพจ้อย, และณัฐนันท์ สุวรรณวงค์ (2559) ที่พบว่า ศักยภาพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่ชุมชนน้ำหนองหานกุมภวาปี มีความรู้ด้านภาษากับการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า มัคคุเทศก์มีจุดอ่อนในทักษะด้านภาษา ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่มัคคุเทศก์ต้องเร่งทำการพัฒนาตนเองในด้านการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายู โดยการเข้ารับการอบรมอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการฝึกทักษะการสื่อสารในสถานการณ์จริง รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่เล็งเห็นผลในการปฏิบัติได้จริง และให้การสนับสนุนฝึกอบรมด้านภาษาแก่และมัคคุเทศก์อย่างต่อเนื่อง
2. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า มัคคุเทศก์ยังขาดความรู้ในการท่องเที่ยวเฉพาะทาง อาทิ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรอบรมให้ความรู้แก่มัคคุเทศก์เพื่อให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในพื้นที่อย่างถ่องแท้
3. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า มัคคุเทศก์มีการขายตัดราคาในการบริการนำเที่ยว จนนำไปสู่การให้บริการที่ไม่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเข้ามาดูแลการกำหนดราคาสินค้าและบริการให้มีราคามาตรฐาน รวมถึงมีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดกับผู้ที่ฝ่าฝืน
4. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่ใช้มัคคุเทศก์ ดังนั้น มัคคุเทศก์เองจึงควรต้องสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าคุณมัคคุเทศก์ถ่ายทอดเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหาอ่านได้จากอินเทอร์เน็ต

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการลงพื้นที่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว พบว่า คนในชุมชนที่เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้น ส่วนหนึ่งไม่มีบัตรมัคคุเทศก์ และไม่มีความรู้ในการนำเที่ยวที่ถูกต้อง ดังนั้น จึงเสนอแนะให้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวให้มีความรู้ด้านการนำเที่ยวที่ถูกต้อง และมีบัตรมัคคุเทศก์ เพื่อให้สามารถนำเที่ยวได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย
2. จากการศึกษาวิจัยในพื้นที่จังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง 6 จังหวัด ประกอบด้วย พัทลุง นครศรีธรรมราช สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ทำให้มัคคุเทศก์ในแต่ละจังหวัดได้รู้จักกัน และเกิดเป็นความร่วมมือที่ดีต่อกัน จึงเสนอแนะให้ควรทำการวิจัยเชื่อมโยงในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของมัคคุเทศก์ในภาคใต้
3. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า มัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง มีศักยภาพหลายด้านอยู่ในระดับปานกลาง และมีจุดอ่อนในหลายประเด็น จึงเสนอแนะให้ควรทำการวิจัยเชิงพัฒนาศักยภาพโดยการกำหนดหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างศักยภาพมัคคุเทศก์ให้สูงขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2559, จาก <http://tourism.go.th/home/listcontent/5/6401/172>
- กรมการท่องเที่ยว. (2562). ประเภทมัคคุเทศก์. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2562, จาก <http://tbl.dot.go.th/DOT-Guide/page/signin.aspx>
- กรมการท่องเที่ยว, สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. (2560). *รายชื่อธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2556). *หลักการมัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พลอยระดา ภูมิ, วรวัฒน์ ทิพจ้อย, และณัฐนันท์ สุวรรณวงค์. (2559). การเสริมสร้างศักยภาพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองหานกุมภวาปี. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 4(2), 249-260.
- พิมพ์พรรณ สุจารินพงศ์. (2559). *มัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2562). กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทอดกรอบ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 37(3), 45-57.
- คันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์. (2557). *แนวทางในการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยตามมาตรฐานมัคคุเทศก์ไทยและมาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐานวิชาชีพมัคคุเทศก์อาเซียน: กรณีศึกษา อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาภาคใต้ 2560-2565*. สืบค้นจาก [https://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=8537](https://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8537)
- สุวภัทร ศรีจงแสง, ปวีรบรรต สมนึก, และอารีรัตน์ เรืองกำเนิด. (2558). *การพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่อีสานใต้ของประเทศไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Krejcie, R. V., & Morgan. D. V. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.