

ความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร The demand for guide tourism, case study on people living in Bangkok.

กมลทิพย์ ทองไทย¹, จงกลณี แสงเพลิง¹, พนิตพร วิพันธ์, พิญญาัส ยอดข้า¹,
สุพัทธรา ทวีโคตร, เสาวลักษณ์ ชันทะวีชัย¹ และอริษา บัวอ่อน¹
ปวีรวิศา เลิศวิริยะประสิทธิ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกันด้วยค่า Independent – Samples T Test และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.8 สถานภาพโสด ร้อยละ 72.3 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 33.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.8 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 53.0 และรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 47.5 ตามลำดับ ความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือ ต้องการใช้บริการมัคคุเทศก์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน และการตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับการยอมรับของคนในสังคม ตามลำดับ กล่าวคือ ด้านการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน พบว่า ต้องการให้มัคคุเทศก์ดูแลและอำนวยความสะดวกในการจัดการให้บริการด้านอาหาร ด้านการตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ต้องการใช้บริการบริษัทจัดนำเที่ยวที่มีมาตรฐาน ด้านการตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับการยอมรับของคนในสังคม พบว่า ต้องการให้มัคคุเทศก์ในการนำเที่ยวเพื่อให้ได้รับความรู้สึกซึ่ง ในกรณีที่ข้อมูลในระบบสารสนเทศไม่เพียงพอ ด้านการตอบสนองความต้องการต่อเกียรติยศและชื่อเสียง พบว่า ต้องการได้รับการดูแลในขณะรับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จในชีวิต พบว่า ต้องการให้มัคคุเทศก์เพื่อหาประสบการณ์จริงจากการเรียนรู้ โดยการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ในด้านการตอบสนองทั้ง 5 ด้าน ไม่แตกต่างกัน สถานภาพต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จในชีวิต แตกต่างกัน อายุต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการแก่เกียรติยศและชื่อเสียงและด้านการตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จในชีวิตแตกต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการ

¹ นักศึกษา สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

ขั้นพื้นฐาน ด้านการตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับการยอมรับของคนในสังคม และด้านการตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จใน แตกต่างกัน อาชีพต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จในชีวิต แตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน และด้านการตอบสนองความต้องการแก่เกียรติยศและชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความต้องการ / การเลือกใช้ / มัคคุเทศก์

Abstract

This study aims to study about the demand for guide tourism, case study on people living in Bangkok and to compare the demand of the people in Bangkok to choose guides with 400 sample people. The data was collected by questionnaire and then, conducted statistical analysis as Percentage, mean, standard deviation and comparison of two variables by Independent – Samples T Test and comparison of more than two variables by Oneway ANOVA Including couple comparing by Scheffe method. The research result indicated that most of female 52.8% with single 72.3% and age at 22-30 years old 33.3% including graduated about 52.8%, being students 53.0% and less than 15,000 income per month 47.5% respectively desire to be serviced by guide tour. Generally, their demand is at high level. In case of that, they mentioned that guide tour services could responded their properties and life security during traveling followed by basic need responsible and social recognition In terms of basic need responsible, it indicated that guide tour services could provided adequate food services. for security and safety during traveling time, most people decided to purchase guide tour from high standard company. For social recognition, most people demand for pervasive information in specific attractions. for popular and famous responsible, they mostly concerned about services. Lastly, for life achievement it indicated that most of them purchased guide tour for gaining new experiences in any attraction places.

Hypothesis test results found that:

1. The different sex had not much different responsible in 5 dimension as 0.05 significance.
2. The different status of people living in Bangkok had differently life achievement as 0.05 significance.
3. The different age also contributed the differences of guide services responding to their fame and pride in their life achievement as 0.05 significance.
4. The educational level also reflected that the differences of demand on guide tourist responsibility to protect their properties during traveling time and responding to social recognition and life achievement differently as 0.05 significance.



5. The occupations illustrated that the differences of occupations contributors the differences of life achievement and demand as well, pointed 0.05 significance.

6. The monthly income demonstrated their differences of service demand to serve their fame and pride differently pointed as 0.05 significance.

Keywords: The demand / Choosing / Guide

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและมีบทบาทมากขึ้นเมื่อประเทศไทยเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community :AEC) จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งมีหลายธุรกิจที่จะต้องเตรียมการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและหนึ่งในธุรกิจที่เปิดเสรีนั้นคือ ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มการแข่งขันที่มีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้น (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2559) เทคโนโลยีการสื่อสารถูกนำมาใช้เพื่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานและนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารถูกนำมาใช้เพื่อประสานงานกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้น ๆ สามารถอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไปข้างหน้า ดังนั้นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีบทบาทในอนาคตอย่างมาก ในการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องด้วยเทคโนโลยีบริการบอกตำแหน่งสถานที่ (Location-based services) เพื่อการนำทางถูกนำมาใช้เพื่อค้นหาที่พักที่อยู่ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง จึงทำให้เกิดสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีเทคโนโลยีเข้ามาใช้ (สยามล วิทยานรัตนา, 2560)

จะเห็นได้ว่าความสำคัญของเทคโนโลยีนั้นเข้ามามีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่อย่างไรก็ตามการใช้เทคโนโลยีอาจทำให้ผู้ใช้ไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและแท้จริง เนื่องจากมีที่มาจากหลากหลายแหล่งข้อมูล ซึ่งผู้ใช้ต้องพิจารณาและไตร่ตรองให้ดี อีกทั้งผู้ใช้ยังไม่ได้รับการบริการและความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยว นั่นหมายความว่านักท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการบริการจากการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว 2) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) คือ การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดไว้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว 4) การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available Package) คือ การบริการเป็นชุด โดยในแพ็คเกจหนึ่งๆ จะประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พักการขนส่ง อาหาร เป็นต้น 5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรม การท่องเที่ยวหลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้และ 6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) ซึ่งประเด็นสุดท้ายนี้เป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการของพนักงานโรงแรม พนักงานร้านอาหาร พนักงานสายการบิน ตลอดจนพนักงานให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ เป็นต้น (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2560) ดังนั้น หากพนักงานให้บริการจะให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว จำเป็นต้องเข้าใจผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้เอง โดยเฉพาะมััคคุเทศก์ที่ต้องทบทวนและพิจารณาถึง

ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานให้มากขึ้น มีเหตุผลจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยสามารถพิจารณาถึงความต้องการของมนุษย์ 5 ชั้น ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยว 2) การตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 3) การตอบสนองเกี่ยวกับการยอมรับของคนในสังคม 4) การตอบสนองต่อเกียรติยศและชื่อเสียง และ 5) การตอบสนองต่อความสำเร็จในชีวิต เป็นต้น

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่ออาชีพมัคคุเทศก์เป็นอย่างดี เพื่อช่วยให้สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาบุคลากรในวิชาชีพมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพและสามารถปฏิบัติงานโดยใช้เทคโนโลยีในการนำเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครต่อการเลือกใช้มัคคุเทศก์

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครต่างกัน มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ที่แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่นำมาศึกษาในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 9,006,495 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) จึงได้คำนวณหากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Ya mane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 และได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดประเด็น ดังนี้

- 1) การตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน
- 2) การตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
- 3) การตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับการยอมรับของคนในสังคม
- 4) การตอบสนองความต้องการต่อเกียรติยศและชื่อเสียง
- 5) การตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จในชีวิต

3.6 รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการขั้นต่ำพื้นฐานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท และ มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการขั้นต่ำพื้นฐานมากกว่า 15,000 – 25,000 บาท และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการตอบสนองแก่เกียรติยศและชื่อเสียงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป มีความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ ด้านการตอบสนองความต้องการแก่เกียรติยศและชื่อเสียงมากกว่า 15,000 - 25,000 บาท ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง ความต้องการต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ของประชาชน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การตอบสนองความต้องการขั้นต่ำพื้นฐาน พบว่า ต้องการให้มัคคุเทศก์ดูแลและอำนวยความสะดวกในการจัดการให้บริการด้านอาหาร ต้องการให้มัคคุเทศก์ดูแลและอำนวยความสะดวกด้านที่พักและต้องการให้มัคคุเทศก์ดูแลในกรณีเจ็บป่วยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว กล่าวคือ โดยธรรมชาติของมนุษย์ มนุษย์มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต เช่น ต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ อาหารที่รับประทานเข้าไปแล้วมีความปลอดภัย ทั้งต่อร่างกายและความรู้สึก หรือการได้รับการพักผ่อนที่ดีเหมาะสม เป็นต้น ซึ่งตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวย่อมได้รับการบริการตามความต้องการขั้นต่ำพื้นฐานในระดับที่เกิดความพึงพอใจ ดังนั้น มัคคุเทศก์ควรดูแล เอาใจใส่ อำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนผู้เข้าพัก ทำหน้าที่เสมือนพนักงานโรงแรมในการช่วยเหลือด้านสัมภาระ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในห้อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกและเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมัคคุเทศก์ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของยาสามัญประจำบ้าน ที่จะสามารถให้การบริการขั้นพื้นฐานได้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิศมัย จัตุรัตน์, 2546) งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านสถานที่พักนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูงที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.00 โดยพอใจระดับสูงที่สถานที่พักที่มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความสะอาดด้านอาหาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูง ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.81 โดยพอใจระดับสูงที่รสชาติอาหาร (อร่อย) มีความสะอาดถูกสุขลักษณะ และปริมาณอาหาร เหมาะสมเพียงพอ

2. การตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ต้องการใช้บริการบริษัทจัดนำเที่ยวที่มีมาตรฐาน ต้องการให้มัคคุเทศก์สามารถนำเที่ยวได้ตรงตามแผนการเดินทางที่ได้มาตรฐานและต้องการให้มัคคุเทศก์สามารถดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทั้งชีวิตและทรัพย์สิน กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการตอบสนองในด้านความปลอดภัย จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหวาดกลัว ตื่นตระหนก หรือรู้สึกไม่มั่นคงต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้ ดังนั้น มัคคุเทศก์จะต้องดูแลสิทธิประโยชน์ของนักท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามระเบียบของคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2556 โดยต้องเลือกใช้นานพาหนะที่ใช้ในการนำเที่ยวที่มีลักษณะและอุปกรณ์ที่ได้รับมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด มัคคุเทศก์จะต้องมีส่วนร่วมช่วยสังเกตสภาพหรือยานพาหนะทุก ๆ ครั้งในการเดินทาง ตลอดจนตรวจสอบความพร้อมในการใช้งานของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งภายในยานพาหนะและในสถานที่ต่าง ๆ ที่ได้เดินทางเข้าไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิศมัย จัตุรัตน์, 2546) การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนัก

ทองเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านมัคคุเทศก์นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูงที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02 โดยพอใจระดับสูงที่มัคคุเทศก์มีความรู้ความสามารถ ในการนำเที่ยว มีมารยาทในการพูดจาและบริการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว ด้านพนักงานต้อนรับในสำนักงาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูงที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 โดยพอใจระดับสูงที่พนักงานต้อนรับในสำนักงานมีอัธยาศัยดี กระตือรือร้นในการต้อนรับ มีมารยาทในการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและให้บริการสะดวก รวดเร็วถูกต้อง ในประเด็น ด้านพนักงานขับรถ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูงที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย รวมเท่ากับ 3.94 โดยพอใจระดับสูงที่พนักงานขับรถแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม มีมารยาทในการพูดจา สุภาพอ่อนน้อม และมีมารยาทในการขับรถ ระวังระมัดระวัง ไม่ประมาท ด้านยานพาหนะ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูงที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.89 โดยพอใจระดับสูงที่ยานพาหนะมีที่นั่ง สะดวกสบาย มีสภาพของเครื่องยนต์ดี และมีห้องสุขภัณฑ์ถูกสุขลักษณะ และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุภัทร คำพะแย, 2551) งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ ตามลำดับ

3. การตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับการยอมรับของคนในสังคม พบว่า ต้องการใช้มัคคุเทศก์ในการนำเที่ยวเพื่อให้ได้รับความรู้อย่างลึกซึ้ง ในกรณีข้อมูลในระบบสารสนเทศไม่เพียงพอ ต้องการใช้มัคคุเทศก์ในการนำเที่ยวเพื่อให้ได้เปิดมุมมองต่าง ๆ เกิดประสบการณ์ตรงจากการได้รับบริการจากมัคคุเทศก์และต้องการใช้มัคคุเทศก์ที่สามารถแก้ไขปัญหาแทนนักท่องเที่ยวได้ กล่าวคือ มนุษย์ทุกคนต้องการการยอมรับจากบุคคลในสังคมรอบข้าง ต้องการมีเพื่อน มีครอบครัว มีคนรัก ต้องการให้ผู้อื่นเห็นคุณค่าในตนเองทั้งด้านความรู้และความสามารถ มนุษย์จึงพยายามเพิ่มคุณค่าในตัวเองในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเหตุผลที่สำคัญที่จะสามารถทำให้มนุษย์มีมุมมองที่เปิดกว้างมากขึ้น ดังนั้น มัคคุเทศก์ที่มีหน้าที่ในการเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวรวมถึงเรื่องที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการเดินทางท่องเที่ยว จึงควรถูกศึกษาและเรียนรู้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันได้ เพื่อจะได้ปรับการให้บริการที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม มัคคุเทศก์ควรฝึกทักษะและประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นทั้งก่อนและในระหว่างบริการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ มัคคุเทศก์ที่ดีต้องมีเทคนิคหรือวิธีการสร้างบรรยากาศ ความเป็นกันเองให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นกันเอง โดยมัคคุเทศก์สามารถจัดกิจกรรมในช่วงเวลาที่เหมาะสมให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สร้างการยอมรับซึ่งกันและกัน ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในตัวเองเพิ่มมากขึ้นและจะมีผลต่อการเข้าสังคมในอนาคตด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ธรรณชนก เพชรานนท์, 2559) งานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยผลักดัน 17 ประเด็น ได้ผลองค์ประกอบด้าน ปัจจัยผลักดัน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำหรือสภาวะแวดล้อมเดิม การสำรวจความแปลกใหม่ การเรียนรู้การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ การยกระดับความสัมพันธ์ในครอบครัว การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความต้องการในการยอมรับของสังคม และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุภาพร สุกสี เหลือง และคณะ, 2552) งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนามัคคุเทศก์เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ บุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาอาชีพมัคคุเทศก์อยู่ในระดับควรพัฒนามาก ส่วน

บุคลากรภาครัฐมีความเห็นว่าควรพัฒนาภาษาของมัคคุเทศก์และบุคลากรในส่วนอื่นๆ ควรเพิ่มประสบการณ์ในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น และส่งเสริมพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมโดยเฉพาะเรื่องการเอาใจเขามาใส่ใจเราเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนามัคคุเทศก์ควรเน้นนโยบาย “4ด” ประกอบด้วย 1) ด้านทักษะ ควรมีทักษะการสื่อสารที่ดีโดยสามารถสื่อสารได้หลายภาษา สามารถพูดภาษาท้องถิ่นได้ การดูแลคณะทัวร์จะต้องให้ความเอาใจใส่นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยไม่ให้แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถสร้างความสนุกสนานให้เกิดแก่หมู่คณะสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและสามารถเข้าใจความแตกต่างของนักท่องเที่ยวแต่ละชนชาติ 2) ด้านความรู้มัคคุเทศก์ ควรเป็นผู้ที่จบสาขามัคคุเทศก์โดยตรง มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ระเบียบ ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละสถานที่ที่มีความรู้รอบตัวและควรพัฒนาความรู้ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยจะต้องสามารถให้ข้อมูลที่ง่ายแก่การเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว และควรมีความรู้ด้านปฐมพยาบาลเบื้องต้นในกรณีฉุกเฉิน 3) ด้านทัศนคติ ควรมองโลกในแง่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีใจรักงานบริการ ห่วงหาหนุสมบัติของชาติ ภาควงุมิใจ และซื่อสัตย์ในวิชาชีพ 4) ด้านบุคลิกภาพ จะต้องจริงใจต่อบริษัทธุรกิจนำเที่ยวและนักท่องเที่ยว รักษาความสะอาดมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคน มีความน่ารักแบบไทย ๆ โดนอบน้อมถ่อมตน มีสัมมาคารวะ สุภาพ เรียบร้อย และแต่งกายอย่างสุภาพ

4. การตอบสนองความต้องการแก่เกียรติยศและชื่อเสียง พบว่า ต้องการได้รับการดูแลในขณะรับบริการ ต้องการได้รับการปฏิบัติงานและดูแลจากมัคคุเทศก์อย่างใกล้ชิดและต้องการได้รับการดูแลหลังสิ้นสุดการเดินทาง กล่าวคือ มนุษย์มีความต้องการความก้าวหน้าและต้องการความภาคภูมิใจในคุณค่าของตนเอง ต้องการการยกย่องชมเชย ต้องการมีความเชื่อมั่นว่าตนเองมีความรู้ความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ทั้งในหน้าที่การงาน ครอบครัว หรือด้านอื่น ๆ มนุษย์จึงต้องการให้บุคคลซึ่งเป็นผู้ให้บริการสามารถเข้าใจถึงความต้องการโดยไม่ต้องร้องขอและต้องตระหนักถึงบุคคลต่าง ๆ เหล่านั้นว่าเป็นบุคคลสำคัญตลอดเวลาในการให้บริการ เพื่อจะสร้างความมั่นใจให้กับบุคคลกลุ่มนั้นเพิ่มมากขึ้นไปอีก ดังนั้น มัคคุเทศก์ต้องไม่กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง เกียรติยศและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ มัคคุเทศก์ ต้องไม่บรรยายอธิบายหรือบอกกล่าวเรื่องราวที่ไม่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียงแก่ประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ หากเป็นผู้บริหารหรือเป็นบุคคลที่มีเกียรติยศชื่อเสียง ถ้ามีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนจากการทำงานหนักและต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ มีความรอบรู้และได้ประสบการณ์มากกว่าผู้อื่นเพื่อเสริมสร้างความภูมิฐานและสร้างเกียรติยศให้กับตนเองมากขึ้น หากการให้บริการสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จนเกิดความประทับใจ จะทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชื่นชอบและเกิดความไว้วางใจในตัวมัคคุเทศก์ ส่งผลให้เกิดการบอกต่อผู้อื่นและกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุดหทัย ก้องมณีรัตน์, 2559) งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกซื้อราคาแพ็คเกจทัวร์ราคามากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มี 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยด้านความหรูหราของอาหารและโรงแรมที่พัก 2) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม ซึ่งมีรายละเอียดที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อทัวร์เกาหลีที่ราคากระหว่าง 20,001-30,000 บาท และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิศมัย จัตุรัตน์, 2556) การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านมัคคุเทศก์นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับสูง ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02 โดยพอใจระดับสูง ที่มัคคุเทศก์มีความรู้ความสามารถในการนำเที่ยว มีมารยาทในการพูดจาและบริการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว

5. การตอบสนองความต้องการต่อความสำเร็จในชีวิต พบว่า ต้องการใช้มัลติเทคเพื่อหาประสบการณ์จริงจากการเรียนรู้ โดยการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ต้องการใช้มัลติเทคในการปฏิบัติงานตามแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการและต้องการใช้มัลติเทคในการนำเที่ยวเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ กล่าวคือ มนุษย์ต้องการที่จะใช้ศักยภาพของตนเองที่มีในการทุกสิ่งต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นขั้นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ดังนั้น มัลติเทคที่จะเป็นผู้ใช้บริการกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีขั้นความต้องการขั้นสูงสุดนี้จะต้องทราบถึงพฤติกรรมและคุณลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้และลึกซึ้ง มัลติเทคต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลและข้อควรปฏิบัติของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งโดยเฉพาะ เพื่อสื่อสารและตอบคำถามของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีเป้าหมายที่จะค้นพบประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างจากประสบการณ์เดิม เพื่อตอบสนองความสำเร็จในชีวิตของตนเอง เช่น การเดินทางตามล่าหาแสงออโรรา โดยเป็นสิ่งที่หาได้ยากพบได้แค่ในท้องฟ้าประเทศแถบยุโรปเท่านั้น ซึ่งจะต้องเดินทางไปให้ถูกช่วงเวลาจึงจะมีโอกาสได้พบ การเดินทางท่องเที่ยววิถีชีวิตเทือกเขาเอเวอเรสต์ ซึ่งน้อยคนมากที่จะขึ้นถึงบนยอดเขา เนื่องจากเป็นยอดเขาที่สูงเสียดฟ้าและมีอากาศเย็นยิ่งขึ้นไปบนยอดเขาสูงการกดอากาศจะต่ำลงเรื่อย ๆ เป็นต้น มัลติเทคจึงจำเป็นต้องมีประสบการณ์ความรู้และความสามารถที่จะทำหน้าที่นำพาและพิชิตความฝันหรือจินตนาการให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อให้เกิดประสบการณ์ในการท่องเที่ยวใหม่ๆ และอาจเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชีวิตให้แก่ตัวนักท่องเที่ยวเองก็ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ต้องการได้รับการดูแลเรื่องอาหารและที่พัก

1.2 ต้องการใช้บริการมัลติเทคที่มีประสบการณ์มาก มีความรู้จริงๆ เกี่ยวกับสถานที่นั้น และเป็นผู้

ใจเย็นแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

1.3 ต้องการได้รับการบริการอย่างสมบูรณ์แบบ

1.4 ต้องการการบริการอย่างจริงใจและต้องการให้มีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของประชาชนต่อการใช้บริการมัลติเทคในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ

เพื่อให้สามารถมีข้อมูลในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิติประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์], สืบค้นจาก

<https://www.mots.go.th/main.php?filename=index>. (2561, 8 กันยายน).

ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559, เมษายน - มิถุนายน). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. วารสารสุทธิปริทัศน์ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).

30(9), 42-59

ธานีธร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.

(พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี : เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

พิสมัย จัตุรัตน. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

