

ศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21

THE POTENTIAL OF THAI TOURIST GUIDE IN THE 21ST CENTURY

อภิไทย แก้วจรัส

Apithai Kaewjarus

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

Received: November 27, 2020 / Revised: June 1, 2021 / Accepted: June 8, 2021

บทคัดย่อ

จากการเข้าร่วมประชาคมอาเซียนของประเทศไทย ทำให้ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ในอนาคตนักท่องเที่ยวจะมีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม เชื้อชาติ และรูปแบบการท่องเที่ยว ทำให้อาชีพมัคคุเทศก์เป็นเสมือนอาชีพที่เป็นต้องการของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบชัดเจนคือมัคคุเทศก์ไทยขาดทักษะทางด้านภาษา และมีจำนวนไม่เพียงพอที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงทำให้ไม่สอดคล้องกับคุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์ที่มีศักยภาพ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพของมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 โดยมีเนื้อหาในการนำเสนอเกี่ยวกับความเป็นมาและจุดประสงค์ของมัคคุเทศก์ไทย ความสำคัญของมัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยว สาเหตุที่ทำให้มัคคุเทศก์เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์ คุณลักษณะที่ดีในอาชีพมัคคุเทศก์ยุคศตวรรษที่ 21 จริยธรรมของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21 บทบาทของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21 และแนวทางในการปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทยเพื่อให้เข้ากับศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้ในศตวรรษที่ 21 มัคคุเทศก์จะต้องมีความหลากหลายในทักษะต่างๆ ดังเช่น การเรียนรู้ภาษาที่สาม (นอกจากเหนือจากภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) มีความรู้ลึกซึ้งรอบด้าน ทั้งศิลปะ ดนตรี วัฒนธรรม และประเพณีโดยรวม รวมทั้งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้สำหรับการบรรยาย และการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการอย่างคล่องแคล่วเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นเพื่อให้ประเทศไทยเสียโอกาสในการเพิ่มรายได้เข้าประเทศ จึงควรพัฒนามัคคุเทศก์ไทยให้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้และพัฒนาศักยภาพของตนในทักษะที่จำเป็น และทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงเสมอ

คำสำคัญ: ศักยภาพมัคคุเทศก์ คุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์ ศตวรรษที่ 21

Abstract

As Thailand has joined the ASEAN Economic Community, such action affects tourism industry and tourist guides. In the future, tourists will be more diverse in culture, ethnicity, and tourism pattern. This projection seems to imply that the tourist guide is a required career in

the hospitality and tourism industry. The obvious problems are that Thai tourist guides lack language skills, and there are not enough Thai tourists to cope with the large numbers of tourists visiting Thailand. The lack of language skills is one factor that obstructs Thai tourist guides from becoming the tourist guide with potential. The objective of this article is to present the potential of Thai tourist guide in the 21st century. The contents for presentation are as follows: the background and objectives of Thai tourist guide, the importance of tourist guide for tourists, causes of tourist guide requirement for hospitality and tourism industry, required qualifications of tourist guide, good characteristics in the tourist guide career in the 21st century, ethics of tourist guide in the 21st century, roles of tourist guide in the 21st century, and guidelines for adaptability of tourist guide in the 21st century. In addition, in the 21st century, tourist guide must have various skills such as fluency of the other alternative language besides Thai and English, profound knowledge in all fields including arts, music, culture, and traditions. Tourist guides also have to equip themselves with knowledge on new tourist routes and tourist attractions in order to increase their knowledge in description and presentation of tourist information. They also need to have skills in using modern technology for providing their services more efficiently in order to cope with the changing world contexts. Therefore, in order to prevent Thailand from losing the opportunity to earn more income for the country, Thai tourist guides should be developed to be enthusiastic in exploring new knowledge and developing their potential in necessary skills, and always to be up to date to cope with current changes.

Keywords: Tourist Guide Potential, Tourist Guide Qualifications, 21st Century

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการได้ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ระบุว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีจำนวน 38.28 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.54 จาก พ.ศ. 2560 ทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 2.01 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.63 จาก พ.ศ. 2560 เป็นผลมาจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาค ยกเว้นภูมิภาคตะวันออกกลางและภูมิภาคโอเชียเนีย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 164.24 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.61 จาก พ.ศ. 2560 ทำให้มีรายได้จาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 1.01 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.94 จาก พ.ศ. 2560 รวมประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2561 ทั้งสิ้น 3.02 ล้านล้านบาท สรุปได้ว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (Ministry of Tourism and Sport, 2020) ซึ่งจากสถิติการเพิ่มขึ้นนักท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลต่อการขยายตัวธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการในการที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว หากกล่าวถึงอาชีพมัคคุเทศก์เริ่มขึ้นจากการนำเที่ยวของบริษัทการท่องเที่ยวต่างๆ ในทวีปยุโรป เริ่มขึ้นตั้งแต่กลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 ซึ่ง Dabut (2019) ได้กล่าวว่า อาชีพมัคคุเทศก์เริ่มต้นจากบริษัทโทมัส คูก (Thomas Cook) ซึ่งเป็นบริษัท

นำเที่ยวธุรกิจนำเที่ยวแห่งแรกของโลก ได้มีการจัดนำเที่ยวโดยทางรถไฟในประเทศไทย และต่อมาได้ขยายการท่องเที่ยวไปในประเทศอื่นๆ ซึ่งการนำเที่ยวให้แก่คนเป็นจำนวนมากนั้น จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์คอยบริการและดูแลอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อความต้องการ สำหรับประเทศไทยนั้นอาชีพมัคคุเทศก์ถือว่าเริ่มมีการแพร่หลายมากขึ้นในสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (Suwanpimon, 2013) เนื่องจากมีชาวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ ทหาร สงครามเวียดนามที่มายุ่งประจำจากการรบ จึงทำให้เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในอดีตเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้บริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นและขยายตัวมากขึ้นตามลำดับ หลังจากการสิ้นสุดลงของสงครามเวียดนามส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ทั้งฝั่งทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ออสเตรเลีย และเอเชีย เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น จึงทำให้เกิดความต้องการมัคคุเทศก์ที่รู้ภาษาต่างประเทศอื่นๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน สเปน อิตาลี ญี่ปุ่น และภาษาจีน เป็นต้น โดยระยะเริ่มแรกที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ในประเทศไทยนั้น สถานภาพของอาชีพมัคคุเทศก์ยังไม่ใช่ที่ได้รับการยอมรับมากนัก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2502 (Sucharinphong, 2011) องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ในสมัยนั้นได้เริ่มมีการพัฒนาสถานภาพของมัคคุเทศก์โดยการจัดอบรม และมีการขยายการอบรมไปยังสถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาคด้วยในปี พ.ศ. 2504 โดยเป็นความร่วมมือกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดหลักสูตรอบรมมัคคุเทศก์ (Pummanee, 2014) หลักสูตรประเภทต่างๆ มีการอบรมและทดสอบความสามารถเพื่อขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ ที่ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพขึ้น เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2518 เพื่อเป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบอาชีพที่ได้มา

ประชุมพบปะหารือกัน (Professional Tourist Guide Association of Thailand, 2020) และยังมีการขยายตัวในระดับภูมิภาค มีการรวมตัวกันในรูปแบบชมรมมัคคุเทศก์ของแต่ละจังหวัดที่มีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เหตุนี้เองจึงทำให้อาชีพมัคคุเทศก์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Dabut, 2019)

ความสำคัญของมัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยว

มัคคุเทศก์นับว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อประเทศชาติในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความสำคัญที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคม วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่อนักท่องเที่ยว เป็นผู้ชี้แนะอธิบายสิ่งต่างๆ สร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่น (Zillinger, Jonasson, & Adolfsson, 2012) ตอบคำถามทุกเรื่องที่นักท่องเที่ยวสงสัยอยากรู้ ตลอดจนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว เสริมสร้างประสบการณ์การเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว (Howard, Smith, & Twaites, 2001) ได้รับความสะดวกสบาย และป้องกันดูแลแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลุล่วงด้วยดี ความสำคัญของมัคคุเทศก์ที่มีต่อสิ่งต่างๆ (Wongsirichat, 2019) มีดังนี้

1. มัคคุเทศก์จะเป็นผู้อธิบายประวัติข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจ คอยตอบข้อซักถามจากนักท่องเที่ยว เป็นที่ปรึกษาได้ในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ
2. นักท่องเที่ยวจะได้ประหยัดเวลาไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีมัคคุเทศก์คอยอธิบายให้ข้อมูลอยู่แล้ว
3. มัคคุเทศก์เป็นผู้สร้างกิจกรรมระหว่างการเดินทางให้เกิดความสนุกสนานในการท่องเที่ยว สร้างสรรค์การเดินทางให้มีชีวิตชีวาทำให้นักท่องเที่ยวได้แสดงออกอย่างมีความสุข ได้ผ่อนคลายไม่เบื่อหน่ายในการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวครั้งนั้นประทับใจมากกว่า

4. นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวด้วยความปลอดภัยมากกว่า เนื่องจากมัคคุเทศก์จะเป็นผู้คอยดูแลตักเตือนให้นักท่องเที่ยวระมัดระวังในการท่องเที่ยวในจุดที่ควรระมัดระวังหรืออาจเป็นอันตราย

5. นักท่องเที่ยวจะลดความเสี่ยงจากความไม่เข้าใจไม่เข้าใจในการท่องเที่ยว เช่น ลดความเสี่ยงในการหลงทางหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ เมื่อมัคคุเทศก์คอยชี้แนะอยู่

6. มัคคุเทศก์จะเป็นผู้คอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในแทบทุกๆ เรื่อง เช่น ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ ช่วยต่อรองราคาสินค้า เก็บรักษาพาสปอร์ตแทนนักท่องเที่ยว ช่วยขนส่งสัมภาระ เป็นต้น

7. มัคคุเทศก์ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ไม่ละเลยต่อสิ่งที่ควรรู้

8. มัคคุเทศก์จะเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าแทนนักท่องเที่ยว เช่น ถ้านักท่องเที่ยวทำพาสปอร์ตหาย ก็ช่วยติดต่อไปยังสถานทูต หรือกรณีนักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุสามารถปฐมพยาบาลเบื้องต้น และถ้าเจ็บป่วยก็ต้องดูแลรักษาพาส่งโรงพยาบาล เป็นต้น

9. มัคคุเทศก์เป็นผู้คอยรักษาเวลาอันมีค่าแก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวตามโปรแกรมที่ระบุ จัดสรรเวลาการท่องเที่ยวแต่ละจุดได้อย่างเหมาะสม

สาเหตุที่ทำให้มัคคุเทศก์เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากในยุคศตวรรษที่ 21 จากการคาดการณ์ของ World Tourism Organization (UNWTO) ระบุว่าใน พ.ศ. 2573 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเป็นจำนวน 1.8 พันล้านคน และคาดการณ์ว่าอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไม่ต่ำกว่า 187 ล้านคน (World Tourism Organization, 2020) ดังนั้นรัฐบาลให้ความสำคัญ

โดยมีนโยบายส่งเสริมนักท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ต่างๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการนำแนวทางเพิ่มรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศให้ดีขึ้น ส่วนในปี พ.ศ. 2561 รัฐบาลได้มีแผนการดำเนินการช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองอีกครั้ง เห็นได้จากแคมเปญ Amazing Thailand Go Local ตามที่ได้เห็นในสื่อต่างๆ (Nuansra et al., 2018)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงกล่าวได้ว่ามัคคุเทศก์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเลยทีเดียว ซึ่งอาชีพมัคคุเทศก์ถือว่าเป็นอาชีพที่มีความสำคัญมากในการเป็นตัวกลางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย (Jittangwattana & Kaewkham, 2015) และอาจเป็นส่วนหนึ่งให้พวกเขาเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้งเมื่อมีโอกาส เพราะเนื่องจากมัคคุเทศก์เป็นผู้ที่มีบทบาทในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่ไม่สะดวกในการเตรียมการเดินทางมีความต้องการเดินทางมากขึ้น อีกทั้งมัคคุเทศก์จะคอยช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงโดยไม่ละเลยสิ่งสำคัญใดๆ โดยมัคคุเทศก์จะเป็นคนให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ (Jelena, 2018) และช่วยลดความกังวลให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องการจัดสรรเวลา ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวในทุกๆ ครั้ง ถือว่าเป็นการลดความกังวลอย่างหนึ่งที่สามารถเกิดขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย (Hansen & Mossberg, 2017) ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไม่มีความกังวลในการเที่ยวจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานและความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวครั้งนั้น อีกทั้งมัคคุเทศก์ยังสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวประหยัดเวลาในการเดินทาง และไม่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ด้วยตนเองระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Gali & Camprubi, 2020) นอกจากนั้นจะเห็นได้ว่ามัคคุเทศก์ยังถือว่าเป็นผู้นำในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสร้าง

ภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวด้วย (Adventure Travel Trade Association, 2017) เนื่องจากมัลดีฟส์จะต้องเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตนภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการแสดงออก ความคิดเห็น เจตคติ หรือการกระทำ ย่อมเปรียบเสมือนภาพสะท้อนของคนในชุมชนหรือคนทั้งประเทศ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Pond, 1993) ด้วยเหตุนี้มัลดีฟส์ไทยจึงควรมีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ การสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์ ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ และด้านความรู้ทางวิชาชีพเฉพาะ/หลัก โดยคุณสมบัติของมัลดีฟส์ทั้ง 4 ด้าน เป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพจากการมีความรู้ความเข้าใจในงานสามารถเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วส่งผลให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพได้ (Wongsawat, 2014)

คุณสมบัติของการเป็นมัลดีฟส์

จากที่เกริ่นไว้ข้างต้นแล้วนั้นว่าคุณสมบัติของมัลดีฟส์ที่ดีจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทักษะ ด้านเจตคติ ด้านความรู้ทางวิชาชีพ มีรายละเอียดดังนี้ (Chaleachorn & Wongphan, 2019)

1. ด้านบุคลิกภาพ หมายถึง การมีคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลทั้งในด้านกายภาพ อารมณ์ สภาพจิตใจและด้านสังคม เช่น การแต่งกายที่เหมาะสม เสื้อ กระโปรง หรือกางเกง ควรให้อยู่ในสภาพที่ควรจะเป็นทั้งรูปร่าง ลักษณะ และสีสันทนนอกจากความสะอาดเรียบร้อยแล้ว ควรคำนึงถึงกาลเทศะในการใช้เสื้อผ้าชุดนั้นๆ ด้วย การมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีอัธยาศัย ความตรงต่อเวลา กิริยามารยาท การมีมนุษยสัมพันธ์ และคุณธรรม จริยธรรมที่บุคคลแสดงออกในการพูดจา จะอยู่ในสายตาของนักท่องเที่ยวตลอดเวลาที่เขาอยู่กับเรา มัลดีฟส์จึงต้องให้ความสำคัญต่อการอยู่ในที่สาธารณะให้มาก โดยเฉพาะระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ (Chaleachorn & Wongphan, 2019)

2. ด้านความรู้ การสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ความชำนาญที่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการปฏิบัติงานฝึกฝนจนสามารถปฏิบัติได้เป็นทักษะที่ใช้สำหรับการสร้างความสัมพันธ์และการบริการและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมและพัฒนาทักษะที่จำเป็น ทักษะการเปลี่ยนแปลงเสมอ เช่น ความรู้ลึกซึ้งรอบด้าน และถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ความเชื่อ นาฏศิลป์ดนตรีและอุปราญ หรือวัฒนธรรมประเพณีโดยรวม รวมทั้งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มพูนทักษะทางด้านการสื่อสาร การบรรยาย การนำเสนอ ข้อมูล การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการ เป็นต้น เพื่อให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่น่าประทับใจ (Saechan, 2017)

3. ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบต่ออาชีพมัลดีฟส์ อาชีพมัลดีฟส์เป็นอาชีพที่สำคัญอาชีพหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา มัลดีฟส์เป็นผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลให้บริการตลอดจนให้ความรู้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ มัลดีฟส์ควรจะต้องรับผิดชอบอีกหลายด้าน เช่น การวางแผนการบริการด้านการนำเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พัก ด้านสนทนา การ ตลอดจนการประสานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น (Phakpraphai & Chaiya, 2017)

4. ด้านความรู้ทางวิชาชีพเฉพาะ/หลัก หมายถึง การมีความรู้ในเนื้อหาสาระทางวิชาการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความสามารถในการนำความรู้เชิงวิชาการไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ในการเป็นมัลดีฟส์ให้ประสบความสำเร็จ มีความรู้ เกร็ดความรู้ทั่วไปเพื่อเสริมการบรรยายแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง สำหรับ

ประเทศไทยอาชีพนี้ถือเป็นอาชีพสงวน ที่ผู้คนให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ ถึงแม้ว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีเงินเดือน ไม่มีสวัสดิการใดๆ แต่สิ่งที่จะได้รับการนำเที่ยว นั้นมีความท้าทาย การที่จะก้าวสู่วิชาชีพนี้ได้ไม่ถือง่ายยากและก็ไม่แน่ว่าจะง่ายนัก อยู่ที่ใจรักและหมั่นฝึกฝนหาความรู้ หาประสบการณ์จากผู้ที่อยู่ในวิชาชีพนี้ อยู่แล้วก็จะช่วยลดขั้นตอนการเรียนรู้ได้มาก การเรียนรู้ความหมายสำคัญของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ มักจะเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับแรกๆ ของการก้าวสู่วิชาชีพ (Wannathanom, 2019)

คุณลักษณะที่ดีในอาชีพมัคคุเทศก์ยุคศตวรรษที่ 21

การเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีนั้นจะต้องมีคุณสมบัติพิเศษหลายๆ อย่างประกอบกัน เช่น ความมีใจรักในงานบริการวิชาชีพมัคคุเทศก์ (Adventure Travel Trade Association, 2017) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีศิลปะในการพูดและการสื่อความหมาย (Cohen, 1985) มีความอดทน มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สื่อสัตย์สามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ จะช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (Chen, Weiler, & Black, 2018) มัคคุเทศก์เป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดเกือบตลอดเวลาของการนำเที่ยวในแต่ละครั้ง ดังนั้นในการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์จะเป็นไปโดยธรรมชาติ ไม่มีการฝืนปฏิบัติ หรือทำหน้าที่หวังเพียงเฉพาะค่าตอบแทน มัคคุเทศก์ที่ดีต้องมีคุณสมบัติ 3 ประการ ได้แก่ (Prawatmuang, 2017)

1. มนุษยสัมพันธ์ที่ดี เราต้องรู้ว่านักท่องเที่ยวของเราเป็นใคร เป็นชาติใด มีลักษณะนิสัยโดยทั่วไปเป็นอย่างไร มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่ออะไร เพื่อที่จะได้ปรับตัวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นได้ และให้การบริการที่เหมาะสมเป็นที่ถูกใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบซื้อของมากกว่าชาติอื่น จะต้องจัดเวลาในการซื้อของมากขึ้น

กว่ากลุ่มอื่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษชอบให้ตรงเวลาเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ มีน้ำใจพร้อมที่จะบริการเสมอ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และเห็นอกเห็นใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องอดทนอดกลั้น ไม่แสดงอารมณ์และกริยามารยาทที่ไม่ดีออกมาให้นักท่องเที่ยวเห็น ต้องควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ มีความรับผิดชอบ มัคคุเทศก์ต้องคอยดูแลเอาใจใส่สุขภาพและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว เมื่อมีปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ เช่น ติดต่องส่งข่าวสารกลับประเทศ การสื่อสารกับคนในท้องถิ่น มัคคุเทศก์จะต้องช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเข้าใจระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ อธิบายให้เห็นถึงความแตกต่างของความเชื่อ ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม พื้นฐานการศึกษา และลักษณะร่วมของคนแต่ละชาติ และไม่ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจหรือความเข้าใจผิดระหว่างชาติ โดยไม่แสดงความดูถูกหรือยกย่องวัฒนธรรม หรือบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งทำให้เกิดความเป็นกันเองระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว ทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีความสุข (Dabut, 2019)

2. มีใจรักในงานบริการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญ ของงานบริการ ซึ่งมัคคุเทศก์ต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือมีใจรัก มีความเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งการทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความกระตือรือร้น และสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ โดยให้นึกถึงการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวไว้เป็นหลัก การทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่คือ การสร้างสุขในการให้บริการ นอกจากนั้นมัคคุเทศก์ยังต้องมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการที่อบอุ่น ให้ความสนใจและกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เอาใจใส่พูดจาสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเขามีความสำคัญเป็นผลให้เขาเกิดความพอใจ ในการรับบริการและที่สำคัญต้องรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจ

เรา มีความรับผิดชอบในหน้าที่ตั้งใจปฏิบัติงานให้มีคุณภาพมากที่สุด อดทนต่อปัญหา พยายามปรับปรุงแก้ไขในส่วนบกพร่องของตนเองและรักษามาตรฐานการทำงานที่ดีให้ได้ตลอดไป (Wannathanom, 2019)

3. มีศิลปะในการพูด ซึ่งการพูดจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมัคคุเทศก์ เนื่องจากการพูดของมัคคุเทศก์จะต้องมีวาทีศิลป์ มีหลักการ มีเหตุผล มีตลกขบขัน มีตัวอย่าง มีการอ้างอิง มีไหวพริบปฏิภาณ ถึงจะเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็อาศัยความสามารถเฉพาะตัวของมัคคุเทศก์ด้วย ซึ่งมัคคุเทศก์ต้องมีการเตรียมตัวที่ดีสำหรับการอธิบาย การลำดับเนื้อหา ถ่ายทอดด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รู้จักกาลเทศะ ควรพูดเรื่องใด เวลาใด ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับเพศ วัย และสถานการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วย (Dabut, 2019)

นอกจากนี้สำนักงานลูกเสือแห่งชาติ (National Scout Organization of Thailand, 2020) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศกับมัคคุเทศก์ ดังนี้ มัคคุเทศก์ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นข้อมูลข่าวสารสำคัญในการท่องเที่ยวทั้งตัวนักท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ใช้การวางแผนก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทางท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สื่อใหม่ (New Media) แทนสื่อแบบเก่าเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการเดินทางท่องเที่ยวโดยการนำสื่อออนไลน์มาใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับ Somnuxpong (2018) นโยบายประเทศไทย 4.0 มีการระบุถึงความสำคัญของการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้อาจปฏิบัติงานมัคคุเทศก์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองตั๋วเข้าชมสถานที่ การจองโรงแรม ตัวเครื่องบิน การสแกนคิวอาร์โค้ดข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ของสถานที่ท่องเที่ยวในการอธิบายนำชมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการนำชมของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21

จริยธรรมของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21

มัคคุเทศก์ถือเป็นอาชีพที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวแทนของประเทศในการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับประเทศ ดังนั้นเพื่อธำรงไว้ซึ่งความมีเกียรติศักดิ์ศรี และความเชื่อถือ ในอาชีพมัคคุเทศก์ ในฐานะที่เป็นตัวแทนของประเทศ เป็นทูตวัฒนธรรม และทูตสันติภาพ มัคคุเทศก์จึงควรมีจริยธรรมในการปฏิบัติงานดังนี้ (Wannathanom, 2019)

1. ความตระหนักในหน้าที่และความรับผิดชอบ มัคคุเทศก์พึงปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยเต็มกำลังความสามารถ และมีความรับผิดชอบตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน จนกระทั่งส่งนักท่องเที่ยวสู่ที่พักโดยสวัสดิภาพ ไม่ทอดทิ้งให้นักท่องเที่ยวเผชิญโชคโดยลำพังหรือละเลยไม่เอาใจใส่ดูแลให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2. ความซื่อสัตย์สุจริต มัคคุเทศก์ไม่พึงปล่อยให้ความโลภ ความเห็นแก่ได้เข้าครอบงำ และถือโอกาสจากความไว้วางใจของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเสียประโยชน์ เช่น นำนักท่องเที่ยวไปซื้อของเฉพาะร้านที่จ่ายค่าพาหนะพิเศษที่ไม่เป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ากับราคาที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย ผลของการกระทำนี้กระทบไม่เฉพาะชื่อเสียงของมัคคุเทศก์เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อไปถึงบริษัทนำเที่ยวที่มัคคุเทศก์สังกัด และเลยไปถึงชื่อเสียงของประเทศชาติและคนในชาติด้วย (Department of Tourism, 2020)

3. ความรู้จักประมาณตน มัคคุเทศก์พึงเข้าใจว่าตนอยู่ในฐานะผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นผู้รับบริการเสมือนนายจ้าง จึงไม่ควรติดน้อมกับนักท่องเที่ยวทั้งด้วยกิริยา ท่าทาง ความประพฤติ และวาจา เช่น ไม่ตะโกนหรือตบมือดังๆ เพื่อเรียกนักท่องเที่ยว ไม่แสดงอาการขัดเคือง หรือเบือนหน้า เมื่อนักท่องเที่ยวพลาดเวลานัดหมาย ไม่เกรี้ยวกราด เอาแต่ใจ เมื่อนักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามกำหนดการ ทั้งไม่ร่วมโต๊ะรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มกับนักท่องเที่ยว โดยไม่ได้รับการเชื้อเชิญ เป็นต้น หากเกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้น มัคคุเทศก์ควรสามารถหาทางออกอย่างละมุนละม่อม

ไม่ก่อให้เกิดความหมางใจแก่นักท่องเที่ยว

4. ความเข้าใจเพื่อนมนุษย์ มัคคุเทศก์พึงเข้าใจว่า มนุษย์ทุกคนปรารถนาความรัก ความเอาใจใส่ดูแล ต้องการให้เห็นว่าตนเป็นคนสำคัญ จึงควรปฏิบัติตนต่อนักท่องเที่ยวอย่างเสมอหน้า เอาใจใส่ดูแลอย่างทั่วถึง ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ระวังที่จะไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกระตือรือร้นใจโดยมิได้เจตนา เช่น การเล่าเรื่องตลกของชาติต่างๆ ที่อาจกลายเป็นการดูหมิ่นเจ้าของชาตินั้น เป็นต้น พึงยึดหลักการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว

5. ความเมตตา กรุณา ปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุข มัคคุเทศก์พึงเข้าใจจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวว่าต้องการความสุขและความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ มัคคุเทศก์ก็เป็นผู้สามารถสนองความประสงค์ได้ โดยกระตือรือร้นและเต็มใจ ไม่ก่อทุกข์ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเล่าเรื่องส่วนตัวหรือความทุกข์ร้อนเพื่อขอความเห็นใจ

6. ความประพฤติและกิริยามารยาท มัคคุเทศก์จะต้องมีความประพฤติที่ดี และมีกิริยา มารยาทที่สุภาพ ไม่ควรเสพของมีนเมา หรือสูบบุหรี่ขณะปฏิบัติหน้าที่ แสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวทุกคนที่อยู่ในความดูแลของตนแต่ให้อยู่ภายในขอบเขตที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่ประพฤติตนในทางชั่วช้ากับนักท่องเที่ยวอย่างเด็ดขาด

7. ความเอาใจใส่ในการปฏิบัติหน้าที่ มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการกิจที่ได้รับมอบหมาย ไม่ท้อถอยหรือมอมให้ผู้อื่นปฏิบัติหน้าที่แทนโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ไม่แสดงกิริยาอาการเบื่อหน่าย หรือเฉื่อยชา แต่ต้องยิ้มแย้มแจ่มใสขณะปฏิบัติหน้าที่ ไม่แสดงสีหน้า บึ้งตึงหรือแสดงอาการโกรธเกรี้ยว แม้จะไม่พอใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ตาม และที่สำคัญคือ ต้องไม่ทะเลาะหรือโต้เถียงกับนักท่องเที่ยวอย่างเด็ดขาด

8. การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สิ่งที่มัคคุเทศก์อธิบายแก่นักท่องเที่ยว ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง มิใช่เป็นข้อมูลที่ผิดๆ อันเกิดจากการเดาหรือการรับฟังมาจากผู้อื่นที่

มิใช่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข้อมูลที่ได้จากหลักการปฏิบัติตนของมัคคุเทศก์อยู่แล้ว หากให้ข้อมูลผิดๆ อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่อำชีพมัคคุเทศก์โดยรวมได้

9. การตรงต่อเวลา การตรงต่อเวลาถือเป็นมารยาทที่สำคัญอย่างหนึ่ง และมัคคุเทศก์ควรจะต้องตรงต่อเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ไม่ว่าในการไปรับนักท่องเที่ยวจากสนามบินหรือโรงแรมที่พัก การกำหนดเวลาเดินทางไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ การส่งนักท่องเที่ยวกลับโรงแรมที่พักหรือจุดหมายปลายทางหรือที่สนามบิน รวมทั้งการนัดหมายเวลากับนักท่องเที่ยว ในกรณีอื่นๆ การผิดนัดหรือไม่ตรงเวลานอกจากจะเป็นการเสียมารยาทแล้ว ยังอาจเกิดความเสียหายในการปฏิบัติงานด้วย

10. การไม่กล่าวคำหยาบหรือให้ร้ายป้ายสีผู้อื่น มัคคุเทศก์พึงไม่กล่าวคำหยาบ ตีเถียน หรือให้ร้ายป้ายสีต่อการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์คนอื่นๆ รวมทั้งการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยวใดๆ ให้นักท่องเที่ยวฟังอย่างเด็ดขาด

บทบาทของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21

การปฏิบัติงานในอาชีพมัคคุเทศก์จะต้องมีการแสดงออกในหลายบทบาท ได้แก่ บทบาทครู (Teacher Role) โดยมัคคุเทศก์ต้องทำหน้าที่อธิบายเรื่องราวต่างๆ ทางด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ (Pond, 1993) บทบาทนักจิตวิทยา (Psychologist Role) มัคคุเทศก์จะต้องรู้จักจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวว่าต้องการอะไร บทบาทนักแสดง (Actor Role) ในการนำเที่ยว มัคคุเทศก์จะต้องสวมบทบาทของนักแสดงในบางครั้งเพื่อสร้างบรรยากาศการนำเที่ยวให้มีชีวิตชีวายิ่งขึ้น บทบาทนักการทูต (Diplomat Role) มัคคุเทศก์ต้องรู้ว่าควรอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศหรือท้องถิ่นของตนให้นักท่องเที่ยวฟัง บทบาทของผู้นำ (Leader Role) ต้องมีความสามารถและเทคนิคในการนำและควบคุมกลุ่มนักท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามรายการนำเที่ยว บทบาทของนักอนุรักษ์ (Conservationist

Role) มีความรับผิดชอบและเป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ บทบาทของผู้ประสานงาน (Collaborator Role) (Jajakula, 2011) ทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม สามารถประสานความรู้สึกระหว่างทั้งสองฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกัน บทบาทของเจ้าบ้าน (Host Role) ให้การต้อนรับ เอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างจริงใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา พยายามสร้างบรรยากาศแห่งความสนุกสนาน และเป็นกันเองให้แก่นักท่องเที่ยว รู้ปัญหา และความต้องการของบุคคลอื่น เต็มใจให้คำแนะนำด้วยไมตรีจิต บทบาทของนักสื่อสารความหมายทางการท่องเที่ยว (Communicators Role) (Black & Chen, 2019) เล่าเรื่องราวต่างๆ อย่างถูกต้องและมีทักษะแปล สื่อสารให้ถูกต้อง ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องดึงความสามารถในแต่ละบทบาทออกมาใช้ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น กรณีต้องนำเที่ยวนักท่องเที่ยวมาจากต่างประเทศ หรือนำนักท่องเที่ยวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ การกิจที่มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติในการนำเที่ยวจะมีขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การไปรับนักท่องเที่ยว ณ จุดรับนักท่องเที่ยวหรือจุดรับเข้า ขั้นตอนการนำเที่ยว และส่งนักท่องเที่ยวกลับยังโรงแรมที่พัก หรือจุดหมายปลายทางจนกระทั่งส่งกลับในที่สุด โดยทั่วไปแล้วมัคคุเทศก์ในฐานะผู้นำเที่ยวประเภทนี้ จะมีหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ หน้าที่การรับเข้านักท่องเที่ยว (Transfer-In) และหน้าที่การนำเที่ยว (Tourist Guide) หน้าที่การส่งออกนักท่องเที่ยว (Transfer-Out) เป็นต้น (Varakulwit, 2015)

แนวทางการปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทยเพื่อให้เข้ากับศตวรรษที่ 21

จากกระแสโลกาภิวัตน์และการปรับตัวของประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น (Kosol & Suttawet, 2014) วัตถุประสงค์และรูปแบบ

การท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น การท่องเที่ยวส่วนบุคคลขยายตัวมากขึ้น และปัญหาที่พบคือ การศึกษาไทยไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ประเทศเพื่อนบ้าน ประวัติศาสตร์ไทยที่เกี่ยวกับเพื่อนบ้านมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเป็นชาตินิยม คนไทยจำนวนมากมีทัศนคติที่ไม่เป็นมิตรหรือดูหมิ่นประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้คนไทยไม่รู้จักประเทศเพื่อนบ้านและขาดความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนอย่างแท้จริง จึงทำให้มัคคุเทศก์กำลังประสบปัญหาทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ ปัญหาในเชิงคุณภาพคือ ระบบการศึกษาผลิตมัคคุเทศก์ที่ขาดคุณภาพอย่างรุนแรง ทำให้มีบัณฑิตเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่สามารถทำงานได้จริง ขณะที่ปัญหาในเชิงปริมาณคือ มัคคุเทศก์มีไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูง (Udomdham-mabhakdi, 2014) เห็นได้จากในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคมากขึ้น และในอนาคตนักท่องเที่ยวในภูมิภาคจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ไทยขาดแคลนมัคคุเทศก์ในภาษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ดังนั้นมัคคุเทศก์ต้องมีการเรียนรู้อย่างน้อย 3 ภาษา (นอกเหนือจากภาษาไทยและอังกฤษ) เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไป หากไม่เร่งพัฒนามัคคุเทศก์ภาษาประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ภาษามลายู ภาษาเวียดนาม ไทยจะเสียโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวจากเพื่อนบ้าน และหากมีการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ไทยอาจเสียโอกาสออกไปทำงานในประเทศจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เนื่องจากขาดทักษะทางภาษา นอกจากนั้นมัคคุเทศก์ไทยควรมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้และพัฒนาศักยภาพของตน (Pongyat & Pocharee, 2018) ในทักษะที่จำเป็นทันการเปลี่ยนแปลงเสมอ เช่น ความรู้ลึกซึ้งรอบด้าน และถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ความเชื่อ นาฏศิลป์ ดนตรี และอุปนิสัย หรือวัฒนธรรม ประเพณีโดยรวม รวมทั้งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเส้นทาง

และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มพูนทักษะทางด้านการสื่อสาร การบรรยาย การนำเสนอข้อมูล การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว (Limsakunwanich, 2019) ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน (Al-Okaily, 2021) เป็นต้น เพื่อให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว และในอนาคตมัคคุเทศก์จำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น โดยการเรียนรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสามารถส่งเสริมทำการตลาดการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวมูลค่าสูง (Nejmeddin, 2020) และสร้างเครือข่ายกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้บริการเฉพาะด้าน เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การรักษาโรคที่สำคัญๆ ความเชี่ยวชาญของแพทย์และโรงพยาบาล ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือก (เช่น การนวดแผนไทย สมุนไพร) เพื่อให้คำแนะนำกับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ป่วยหรือญาติของผู้ป่วยได้ หรือการเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจและการตลาด ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ตลาดสินค้าและบริการบางประเภท ความรู้เกี่ยวกับแหล่งผลิต แหล่งวัตถุดิบ ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบการจัดตั้งกิจการและดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้ เป็นต้น (Chareonwongsak, 2020) นอกจากนั้นมุ่งการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าจากประสบการณ์การท่องเที่ยว (Weiler & Black, 2015) เข้าถึงวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นนั้นอย่างลึกซึ้ง โดยมีมัคคุเทศก์เป็นสื่อกลาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตลอดการเดินทาง และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Ababneh, 2017)

บทสรุป

อาชีพมัคคุเทศก์ถือว่าเป็นอาชีพที่มีความสำคัญ

มากเป็นตัวกลางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย โดยมีมัคคุเทศก์จะเป็นคนให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เป็นผู้ที่อำนวยความสะดวกตลอดการเดินทาง หากนักท่องเที่ยวเกิดปัญหา มัคคุเทศก์ต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ababneh, 2016) นอกจากการเป็นมัคคุเทศก์ที่คอยให้คำแนะนำดูแลนักท่องเที่ยวแล้ว คุณสมบัติและคุณลักษณะ จริยธรรมของการเป็นมัคคุเทศก์ที่มีศักยภาพนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบในทุกๆ ด้านประกอบกัน ดังนั้นในอนาคตมัคคุเทศก์เป็นทั้งผู้จัดการโปรแกรมการท่องเที่ยว ผู้สร้างเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และนักจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่างๆ (Alazaizeh et al., 2019) มัคคุเทศก์จำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นการตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องกับยุคที่ 21 ที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์เป็นการท่องเที่ยวที่ไร้พรมแดน ทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวเสมือนจริง มัคคุเทศก์จึงจำเป็นต้องรู้จักใช้เทคโนโลยี แอปพลิเคชันต่างๆ ในการนำเที่ยวนอกจากนี้การปรับตัวของประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายทั้งทางด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรมมากขึ้น ดังนั้นศักยภาพของมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพทั้งในด้านบุคลิกภาพ ความรู้สมรรถนะหลัก และสมรรถนะรอง การสื่อสารมนุษยสัมพันธ์ และทัศนคติต่อวิชาชีพในงานมัคคุเทศก์อยู่ตลอดเวลาตนเอง

References

- Ababneh, A. (2016). Tour Guides and Job Related Problems, Analysis and Evidence from Jordan. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(2), 1-18.
- Ababneh, A. (2017). Tour Guides and Heritage Interpretation: Guides' Interpretation of the Past at the Archaeological Site of Jarash, Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 257-252.
- Adventure Travel Trade Association. (2017). *Guide Qualification Performance Standard*. Retrieved March 1, 2021, from https://cdn.adventuretravel.biz/wp-content/uploads/2015/09/ATTA_AdventureTravelGuideStandard-A4_04SEP15R009.pdf
- Alazaizeh, M., Malek, M., Jamaliah, M., Mgonja, J., & Ababneh, A. (2019). Tour Performance and Sustainable Visitor Behavior at Cultural Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), 1708-1724. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1658766>
- Al-Okaily, N. (2021). A Model for Tour Guide Performance. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Advance Online Publication. <https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1905584>
- Black, R. B. & Chen, H. (2019). Exploring Theoretical Engagement in Empirical Tour Guiding Research and Scholarship 1980-2016: A Critical Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 95-113.
- Chaleachorn, N. & Wongphan, C. (2019). The Desirable Characteristics of Thai Tourist Guide to Enter the ASEAN Community in Perspective of Tourism Business Operators in Bangkok. *Journal of Rattana Bandit University*, 14(1), 1-14. [in Thai]
- Chareonwongsak, K. (2020). *ASEAN and Globalization: Thai Tourist Guides' Adaptations*. Retrieved January 12, 2020, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/50602>
- Chen, H., Weiler, B., & Black, R. (2018). Exploring Knowledge-building in Tour Guiding Research: A Content Analysis of Empirical Papers on Tour Guiding 1980-2015. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 59-67.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Dabut, R. (2019). *How to Create Educational Media for Principle of Tourist Guide Subject*. Bangkok: Phetkasem Management Technological College. [in Thai]
- Department of Tourism. (2020). *Regulation of the Commission of Tourism Business and Guide on the Standards of Tourism Business Operation and Standards for the Performance of Duties of Tour Guides and Tour Leaders*. Retrieved January 12, 2020, from <https://www.dot.go.th/new/inform/detail/2785> [in Thai]
- Gali, N. & Camprubi, R. (2020). Guiding: A Comprehensive Literature Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(4), 317-334.

- Hansen, A. H. & Mossberg, L. (2017). Tour Guides' Performance and Tourist' Immersion: Facilitating Consumer Immersion by Performing a Guide Plus Role. *Scandinavian Journal and Tourism*, 17(3), 259-278.
- Howard, J., Smith, B., & Twaithes, J. (2001). Investigating the Roles of the Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32-39
- Jajakula, N. (2011). *Tourism Industry: Tourism Industry and Tour Guiding* (2nd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. [in Thai]
- Jelena, F. (2018). Outdoor Guiding as Hospitality Work. *Annals of Tourism Research*, 73, 197-199.
- Jittangwattana, B. & Kaewkham, P. (2015). *Tour Business*. Nonthaburi: Fernkaluang Printing and Publishing Limited Partnership. [in Thai]
- Kosol, O. & Suttawet, C. (2014). Sustainable Tourism Management for Supporting ASEAN Economic Community. *Journal of Politics and Governance*, 4(1), 220-232. [in Thai]
- Limsakunwanich, R. (2019). *Characteristics of Outbound Tourist Guides Required by Thai Tourists*. Bangkok: Dhonburi Rajabhat University. [in Thai]
- Ministry of Tourism & Sport. (2020). *Tourism Statistic Report*. Retrieved January 15, 2020, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411 [in Thai]
- Nation Scout Organization of Thailand. (2020). *Guide Scout*. Retrieved January 12, 2020, from <https://pubhtml5.com/tlvd/gaca> [in Thai]
- Nejmeddin, A. I. (2020). The Importance of Tour Guides in Increasing the Tourists at a Tourist Destination. *Polytechnic Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(1), 18-23. <https://doi.org/10.25156/ptjhss.v1n1y2020.pp18-23>
- Nuansra, M., Sukpetch, K., Seanyen, T., & Chiangkatol, W. (2018). The Potential of Thai Tourist Guides and Promoting the Increase of Revenue from Tourists. *Journal of International and Thai Tourism*, 14(1), 1-16. [in Thai]
- Phakprakphai, C. & Chaiya, P. (2017). A Study on Relationships between the Types of Leaderships on Thai Tourist Guides' Potentials. *Veridian E-Journal Silapakorn University*, 10(1), 219-232. [in Thai]
- Pond, K. (1993). *The Professional Guide-Dynamics of Tour Guiding*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Pongyat, C. & Pocharee, L. (2018). The Competency of Tour Guide Affecting the Strength of Preference of Vietnamese Tourists in Ubonratchathani Province. *Journal of Mahasarakham University*, 50(14), 174-180. [in Thai]
- Prawatmuang, R. (2017). *The Strategies for Local Wisdom, Identity and Lanna Cultural for Self-Sufficiency Economy in Hotel Business Management*. Bangkok: Rajaphat Suan Dusit. [in Thai]

- Professional Tourist Guide Association of Thailand. (2020). *Background of Tourist Guide*. Retrieved January 15, 2020, from <https://pegthaiguides.com>
- Pummanee, T. (2014). *Tourism Industry*. Bangkok: Ramkhamhaeng University. [in Thai]
- Saechan, W. (2017). The Skills of Thai Tour Guides Who Take Care Chinese Tourists' in Case Study Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *The 4th Neu National and International Conference 2017*. Khonkaen: North Eastern University. [in Thai]
- Somnuxpong, S. (2018). Trend and Tourism Marketing 4.0 in Thailand. *Veridian E-Journal Silapakorn University*, 10(3), 2055-2068. [in Thai]
- Sucharinphong, P. (2011). *Tour Guiding*. Bangkok: Kasetsart University. [in Thai]
- Suwanpimon, K. (2013). *Principle of Tour Guide*. Bangkok: Seangdow. [in Thai]
- Udomdhammabhakdi, K. (2014). *Quality Promotion and Protection Career Tour Guides in the Travel Industry of Thailand*. Thesis in Master of Arts Program in International Trade and Law and Economics, Thammasat University, Bangkok. [in Thai]
- Varakulwit, S. (2015). *Tourism Industry*. Bangkok: Waewvow Printing. [in Thai]
- Wannathanom, C. (2019). *Principle of Tourist Guide and Tour Leader* (3rd ed.). Bangkok: Seangdow. [in Thai]
- Weiler, B. & Black, R. (2015). The Changing Face of The Tour Guide: One-Way Communicator to Choreographer to Co-Creator of The Tourist Experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1083742>
- Wongsawat, S. (2014). *Guidelines of The Tourist Guide Potential Development toward Thai Tourist Guide Standard and ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals ACCSTP (A Case Study of Koh Samui, Surat Thaini)*. Thesis in Master's Thesis of Tourism Management, Prince of Songkhla University, Songkhla. [in Thai]
- Wongsirichat, N. (2019). *Problems and Solution for Tourist Guides Working with Chinese Tourist*. Retrieved January 12, 2020, from http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57930265.pdf [in Thai]
- World Tourism Organization. (2020). *Tourism towards 2030 Global Overview*. Retrieved January 15, 2020, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414024>
- Zillinger, M., Jonasson, M., & Adolfsson, P. (2012). Guided Tours and Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 1-7.



Name and Surname: Apithai Kaewjarus

Highest Education: Master of Arts Program (Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA)

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Tourism Management