

การพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน สำหรับมัคคุเทศก์ไทย

DIGITAL SKILLS DEVELOPMENT TO STRENGTHEN AND ENHANCE THE COMPETITIVENESS OF THAI TOURIST GUIDES

อภิไทย แก้วจรัส^{1*}, ทิพย์วดี โพธิ์สีทิพพรรณ² และธนดล อามาตพล³

Apithai Kaewjuras^{1*}, Tipwadee Phosittiphan², and Thanadol Armartpon³

¹วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม

²คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

³สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

¹ College of Tourism and Service Industry, Nakhon Phanom University

² School of Tourism Development, Maejo University

³ Tourism Industry and Hospitality Management, Suan Sunan Rajabhat University,
Udon Thani Education Center

Received: June 16, 2025 / Revised: October 3, 2025 / Accepted: October 8, 2025

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยในยุคที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลและวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มัคคุเทศก์ไทยจึงเผชิญกับความท้าทายต่อการปรับตัวและพัฒนาทักษะเพื่อให้ยังคงมีบทบาทสำคัญสำหรับการนำเที่ยว บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจบทบาทและความจำเป็นของทักษะดิจิทัลสำหรับมัคคุเทศก์ไทยในปัจจุบัน วิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการทำงานของมัคคุเทศก์ และเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของมัคคุเทศก์ไทยในอนาคตซึ่งสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงและโอกาส มัคคุเทศก์จำเป็นต้องพัฒนาทักษะและความสามารถรอบด้าน ทั้งด้านภาษา เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร เพื่อก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ ความยั่งยืน และการให้บริการที่ตรงใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีและ Artificial Intelligence (AI) อย่างชาญฉลาดจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมศักยภาพของมัคคุเทศก์ให้โดดเด่นและคงบทบาทสำคัญในวงการท่องเที่ยวต่อไป

คำสำคัญ: ทักษะดิจิทัล มัคคุเทศก์ไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

The transformation of digital technology has significantly impacted the global tourism industry, including that in Thailand. As travelers increasingly rely on online platforms to access information and plan their journeys independently, Thai tourist guides face critical challenges in adapting to these changes and enhancing their professional competencies. This article explores the evolving role and growing importance of digital skills among Thai tourist guides in the context of contemporary tourism. It examines the impact of digital technologies on guiding practices and proposes strategic approaches for developing digital skills, aiming to strengthen the competitiveness and professional capacity of Thai tourist guides in an increasingly dynamic tourism environment. The findings underscore that, in this era of transition, tourist guides must integrate language proficiency, digital literacy, and creative experience in order to meet the rising demand for quality, sustainability, and personalized services. The effective use of digital tools and Artificial Intelligence (AI) is identified as a critical factor in maintaining the relevance and value of tourist guides within the digitalized tourism sector.

Keywords: Digital Skill, Thai Tourist Guide, Tourism Industry, Information Technology

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้พลิกโฉมภูมิทัศน์ของการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง ตั้งแต่การวางแผนการเดินทาง การจองที่พักและกิจกรรม ไปจนถึงการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทาง เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น ได้สร้างทั้งโอกาสและความท้าทายใหม่ ๆ ให้กับอาชีพมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นบุคลากรสำคัญที่ทำหน้าที่เป็น “เจ้าบ้าน” ในการให้ข้อมูล นำทาง และสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว (The National Board of Digital Economy and Society Office, 2019) สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม การฟื้นตัวหลังโควิด 19 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศไทย กำลังฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องหลังจากสถานการณ์

โควิด 19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เริ่มกลับมาคึกคักอีกครั้ง รัฐบาลหลายประเทศรวมถึงประเทศไทยได้มีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ แนวโน้มการเติบโต: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย (ต่างชาติเที่ยวไทย) ในช่วง 5 เดือนแรก (ม.ค.-พ.ค.) ของปี พ.ศ. 2568 มีจำนวนสะสม 14,362,694 คน ติดลบร้อยละ 2.7 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ประมาณการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 672,629 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.05 โดยนักท่องเที่ยวจีนยังคงครองแชมป์เดินทางเที่ยวไทยสูงสุด ด้วยจำนวน 1,958,939 คน แต่ติดลบร้อยละ 32.71 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (Bangkokbiznews, 2025) ซึ่งอาจมีเหตุผลหลายประการทำให้ยอดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลง อย่างไรก็ตาม หากเมื่อเทียบกับช่วงสถานการณ์โควิด 19 ก็ถือเป็นการฟื้นตัวที่ชัดเจน โดยภาครัฐเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืน นักท่องเที่ยว

จำนวนมากให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน และต้องการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น (Alazaizeh et al., 2019) ทำให้เกิดแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์เฉพาะทาง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่: กลุ่มชนชั้นกลางมีกำลังซื้อในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ไม่จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้ร่ำรวยอีกต่อไป นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยก็เป็นอีกกลุ่มที่มีศักยภาพสูง

ในอดีตมัลตุเทศก์เป็นผู้ผูกขาดข้อมูลการท่องเที่ยวและเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น แต่ในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงได้ง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัสผ่านสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันนำทางแพลตฟอร์มจองบริการท่องเที่ยวออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ทำให้บทบาทของมัลตุเทศก์ต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้ยังคงเป็นส่วนสำคัญในการเดินทางที่นำจดจำของนักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะดิจิทัลจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วน (Al-Okaily, 2021) สำหรับมัลตุเทศก์ไทยการปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลซึ่งความต้องการมัลตุเทศก์ยังคงมีอยู่ถึงแม้เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ความต้องการมัลตุเทศก์ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะมัลตุเทศก์ที่มีทักษะด้านภาษาต่างประเทศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนที่กลับมาเป็นกลุ่มหลัก บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจบทบาทและความจำเป็นของทักษะดิจิทัลสำหรับมัลตุเทศก์ไทยในปัจจุบัน วิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการทำงานของมัลตุเทศก์ และเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของมัลตุเทศก์ไทยในอนาคต

บททวนวรรณกรรม

ในบริบทของโลกยุคดิจิทัลที่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ภาคการท่องเที่ยวของไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ “มัลตุเทศก์” ซึ่งถือเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารทางวัฒนธรรม ถ่ายทอดข้อมูลและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้มาเยือน (Alazaizeh et al., 2019) การมีทักษะดิจิทัลจึงกลายเป็นข้อจำเป็นขั้นพื้นฐานสำหรับมัลตุเทศก์ในยุคปัจจุบัน จากการศึกษาของ European Commission (2018) และ World Economic Forum (2020) พบว่าทักษะดิจิทัล (Digital Skills) ไม่เพียงหมายถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการสื่อสารออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูล การผลิตสื่อดิจิทัล และการป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำงานของมัลตุเทศก์ไทยในยุคใหม่ De la Harpe และ Sevenhuysen (2019) ชี้ว่ามัลตุเทศก์จำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้แอปพลิเคชันมือถือ ระบบแปลภาษา การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มการจองบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของมัลตุเทศก์ไทยในเวทีนานาชาติ ทักษะดิจิทัลยังมีบทบาทยกระดับคุณภาพบริการผ่านการนำเสนอข้อมูลด้วยสื่อมัลติมีเดีย เช่น วิดีโอ 3 มิติ แผนที่เสมือนจริง (Virtual Maps) หรือแอปพลิเคชันนำเที่ยว (Digital Tour Guide App) เป็นต้น ซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการดึงดูดและรักษาความสนใจของนักท่องเที่ยวในยุคที่เทคโนโลยีมีบทบาทในชีวิตประจำวัน (Huang et al., 2013) แม้ว่าเทคโนโลยีจะไม่สามารถทดแทนทักษะเชิงวัฒนธรรมและมนุษยสัมพันธ์ของมัลตุเทศก์ได้ทั้งหมด แต่การขาดทักษะดิจิทัลก็อาจทำให้มัลตุเทศก์ไทยเสียเปรียบในตลาดแรงงาน โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดหวังประสบการณ์การบริการแบบไร้รอยต่อและ

ทันสมัย (Buhalis & Amaranggana, 2015) ดังนั้น การส่งเสริมทักษะดิจิทัลแก่ภาคเอกชนไทยจึงถือเป็นประเด็นสำคัญที่ไม่เพียงแต่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลได้กระตุ้นให้เกิดการศึกษาและงานวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นผู้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว (Kiryakova-Dineva et al., 2019) งานวิจัยที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อตอบรับกับยุคสมัย

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะดิจิทัล

ทักษะดิจิทัล (Digital Skills) ได้รับการนิยามอย่างกว้างขวาง โดยทั่วไปหมายถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือสื่อสาร และเครือข่ายเพื่อเข้าถึงจัดการบูรณาการ ประเมิน และสร้างข้อมูล รวมถึงการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย (European Commission, 2018) สำหรับบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การมีทักษะดิจิทัลช่วยให้บุคลากรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม และปรับตัวเข้ากับรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเตรียมความพร้อมของแรงงาน โดยเฉพาะในภาคบริการ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล (Digital Competencies) อย่างครอบคลุม (Somnuxpong, 2018) โดยองค์กรระดับนานาชาติและนักวิชาการได้เสนอกรอบสมรรถนะสำคัญไว้หลากหลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้และทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital

Literacy) หมายถึง ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน สำนักงาน และเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ (European Commission, 2018)

2. ทักษะด้านข้อมูลและสารสนเทศ (Information and Data Literacy) แรงงานควรมีความสามารถเข้าถึง วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลจากแหล่งดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจอย่างแม่นยำและเชื่อถือได้ (World Economic Forum, 2020)

3. การสื่อสารและการทำงานร่วมกันในสภาพแวดล้อมดิจิทัล (Communication and Collaboration in Digital Environments) หมายถึง ความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีความสำคัญมากในบริบทของงานบริการที่ต้องทำงานข้ามพื้นที่ (De la Harpe & Sevenhuysen, 2019)

4. การสร้างเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content Creation) ผู้ปฏิบัติงานควรมีความสามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหาดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือบทความ เป็นต้น เพื่อใช้ในการสื่อสารและการตลาด (Gretzel et al., 2006; Somnuxpong, 2018)

5. ความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity Awareness) ในโลกดิจิทัลที่เต็มไปด้วยความเสี่ยง ผู้ใช้งานควรมีความรู้ในการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น การตั้งรหัสผ่านที่ปลอดภัย และการระมัดระวังข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เป็นต้น (European Commission, 2018)

6. การแก้ปัญหาในบริบทดิจิทัล (Problem Solving in Digital Contexts) ทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาอย่างมีระบบจะเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง (World Economic Forum, 2020)

7. การปรับตัวและการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่อย่างรวดเร็ว (Adaptability and Learning Agility) ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเปิดรับ

เทคโนโลยีใหม่ และการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องถือเป็นหัวใจของแรงงานในยุคอนาคต (Dlearn.eu, n.d.) จากแนวโน้มข้างต้นสามารถกล่าวได้ว่า สมรรถนะดิจิทัลไม่ใช่เพียงแค่ความรู้ด้านเทคนิคเท่านั้น แต่ยังรวมถึงทักษะเชิงสังคม การสื่อสาร และการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถของแรงงานในภาคบริการโดยเฉพาะภาคธุรกิจไทยในบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (Gali & Camprubi, 2020)

บทบาทและความจำเป็นของทักษะดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจไทย

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง ทักษะดิจิทัล (Digital Skills) ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมี เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและเทคโนโลยี (Buhalis & Amaranggana, 2015) โดยเฉพาะหลังการระบาดของโควิด 19 ที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในภาคการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เช่น การจองออนไลน์ การนำเที่ยวแบบเสมือน (Virtual Tour) และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Aboelmagd, 2023) ภาคธุรกิจในยุคปัจจุบันไม่เพียงต้องมีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการสื่อสาร แต่ยังต้องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ทันสมัย เช่น การใช้แอปพลิเคชันแปลภาษาแบบเรียลไทม์ การใช้เครื่องมือสร้างเนื้อหาดิจิทัล (เช่น Canva, CapCut, หรือ Instagram Reels) และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงบริการให้ตรงความต้องการ (Gretzel et al., 2006) (Grammenos & Papaioannou, 2024) ทักษะดิจิทัลยังช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ด้วยตนเอง (Digital Entrepreneurship) โดยไม่ต้องพึ่งพาบริษัทนำเที่ยว) เช่น การขายโปรแกรมนำเที่ยว

ผ่าน Facebook Page การทำ YouTube Channel แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว หรือแม้แต่การเปิดบริการนำเที่ยวออนไลน์ให้กับตลาดต่างประเทศ (Huang et al., 2013) การขาดทักษะดิจิทัลจะส่งผลให้ภาคธุรกิจตกขบวนเปลี่ยนแปลง และอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ World Economic Forum (2020) ที่ระบุว่า “ทักษะดิจิทัลเป็นหนึ่งในทักษะแห่งอนาคตที่จำเป็นต่อแรงงานทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการ” ดังนั้นทักษะดิจิทัลจึงไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่เป็นความจำเป็นสำหรับภาคธุรกิจไทยในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตในยุคการท่องเที่ยววิถีใหม่อย่างยั่งยืน (Samngamya & Srisuwan, 2020)

ทักษะดิจิทัลจึงไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การใช้งานคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนได้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถเข้าถึง จัดการ วิเคราะห์ และนำข้อมูลดิจิทัลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อการสื่อสาร การทำงานร่วมกัน การสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาในบริบทต่าง ๆ สำหรับภาคธุรกิจไทย ทักษะดิจิทัลมีความจำเป็นในหลายมิติ

- **การเข้าถึงและจัดการข้อมูล** ภาคธุรกิจต้องสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กิจกรรม และบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ (Nejmeddin, 2020) เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการตารางการเดินทางและข้อมูลการจองผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (National Scout Organization of Thailand, 2020)

- **การสื่อสารและการเชื่อมโยง** การใช้แอปพลิเคชันสื่อสาร เช่น LINE, WhatsApp หรือ Messenger สำหรับติดต่อกับนักท่องเที่ยว ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว หรือเพื่อนร่วมงาน เป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างเครือข่ายและนำเสนอบริการของตนเอง

- **การนำเสนอและสร้างประสบการณ์**
 มัคคุเทศก์สามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อยกระดับการนำเสนอ เช่น การใช้แผนที่ดิจิทัล (Google Maps) การแสดงภาพและวิดีโอประกอบการบรรยาย การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality-VR) หรือความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality-AR) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าตื่นตึ่งให้กับนักท่องเที่ยว (Tourism Authority of Thailand, 2021)

- **การตลาดและการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล**
 มัคคุเทศก์สามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, YouTube หรือ TikTok ในการสร้างโปรไฟล์ส่วนตัว นำเสนอสไตล์การนำเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ แบ่งปันเรื่องราวและประสบการณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างฐานลูกค้าของตนเอง

- **การจัดการและการบริหารจัดการทัวร์** การ
 ใช้ซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันสำหรับจัดการการจอง การชำระเงิน การติดตามการเดินทาง และการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทัวร์ซึ่งมัคคุเทศก์เป็นผู้ช่วยบริษัทนำเที่ยว

ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์

หลายงานวิจัยเน้นย้ำถึงการเปลี่ยนแปลงที่เทคโนโลยีดิจิทัลนำมาสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Ammirato et al., 2015; Gretzel et al., 2015) นักท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถเข้าถึงข้อมูลที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ วางแผนการเดินทางแบบเรียลไทม์ และทำการจองบริการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ความต้องการบริการจากมัคคุเทศก์ในรูปแบบเดิมลดลง (Capriello & Riboldazzi, 2019)

งานวิจัยจากต่างประเทศ เช่น Sotohy (2020) ได้คาดการณ์ว่าแม้เทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงการนำเที่ยวและแนวโน้มใหม่ ๆ แต่สิ่งสำคัญคือ

มัคคุเทศก์ควรพัฒนาตนเองและปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ต่าง ๆ เช่น การนำพอดแคสต์ พู้นยนต์ หรือแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนมาใช้ในการนำเที่ยว โดยเน้นย้ำว่าเทคโนโลยีไม่สามารถเข้ามาแทนที่อารมณ์ความรู้สึกที่ลึกซึ้งและการสื่อสารส่วนบุคคล ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำเที่ยว นอกจากนี้ De la Harpe และ Sevenhuysen (2019) ยังระบุว่า การถ่ายทอดความรู้ผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการนำเที่ยวสามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

สำหรับบริบทของประเทศไทยมีงานวิจัยที่ศึกษาถึงศักยภาพของมัคคุเทศก์ในยุคดิจิทัล เช่น งานวิจัยของ Daratrai et al. (2024) ซึ่งระบุว่าองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบศักยภาพของมัคคุเทศก์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัลประกอบด้วย 12 องค์ประกอบ โดยมี “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล” และ “การสื่อสารข้อมูลและการประสานงาน” เป็นสองในองค์ประกอบสำคัญที่จัดอยู่ในมิติ “เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร” งานวิจัยนี้ยังได้นำเสนอคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพดังกล่าว ซึ่งมีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

นอกจากนี้ งานวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริการของมัคคุเทศก์ไทยในยุคเทคโนโลยีพลิกผันชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปทำให้รูปแบบการบริการของมัคคุเทศก์ต้องมีการปรับตัว และยังเสนอแนะว่าจำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อกำหนดแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดและการเตรียมความพร้อมสำหรับมัคคุเทศก์ไทยในยุคเทคโนโลยีพลิกผัน (Akkapin, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าเทคโนโลยีจะยังคงเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำงานและลูกค้าสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาทักษะ ดิจิทัลของมัคคุเทศก์

ความท้าทายหลักที่มัคคุเทศก์เผชิญคือ “ช่องว่างทางทักษะดิจิทัล” โดยเฉพาะในกลุ่มมัคคุเทศก์อาวุโส

ที่อาจไม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี (Emerald Insight, 2024) มัคคุเทศก์ควรมีการลงทุนในเรื่องของเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเหนือกว่าในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Grammenos & Papaioannou, 2024) อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีก็เปิดโอกาสให้มัคคุเทศก์สามารถยกระดับการบริการ เช่น การใช้ระบบมัคคุเทศก์อัจฉริยะ (Smart Guide System) ที่ช่วยจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, 2022) โครงการต่าง ๆ ในยุโรป เช่น “YOUR LOCAL GUIDE” ซึ่งเป็นโครงการ Erasmus+KA2 มีเป้าหมายฝึกอบรมผู้สูงอายุที่มีทักษะดิจิทัลทำให้เป็นมัคคุเทศก์ท่องเที่ยว โดยให้ทักษะดิจิทัลและการตลาดที่จำเป็นเพื่อเริ่มต้นอาชีพใหม่ในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการลดช่องว่างทางทักษะและสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในกลุ่มบุคลากรที่ต้องการปรับตัว (Dlearn.eu, n.d.) และมัคคุเทศก์ต้องมีการ Up-skill และ Re-skill ให้ตรงตามความต้องการของแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ (Chakatdham & Rodphai, 2020) โดยสรุปแล้ว การทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นถึงความเห็นพ้องต้องกันในหมู่นักวิชาการว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการมีทักษะดิจิทัลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมัคคุเทศก์ปรับตัวและคงความสามารถการแข่งขัน งานวิจัยในบริบทของประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญกับการกำหนดองค์ประกอบของศักยภาพมัคคุเทศก์ในยุคดิจิทัลและแนวทางการพัฒนาทักษะเหล่านี้

ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการทำงานของมัคคุเทศก์

เทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่ออาชีพมัคคุเทศก์

โอกาส

เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน: เทคโนโลยีช่วยให้มัคคุเทศก์สามารถเข้าถึงข้อมูล วางแผน และสื่อสารได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง: การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น AR/VR หรือมัลติมีเดีย ช่วยให้มัคคุเทศก์สามารถสร้างสรรค์การนำเที่ยวที่น่าสนใจและน่าจดจำยิ่งขึ้น

ขยายช่องทางการตลาด: มัคคุเทศก์สามารถใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น ไม่จำกัดเพียงแค่บริษัททัวร์

พัฒนาทักษะเฉพาะทาง: การเรียนรู้และใช้เครื่องมือดิจิทัลใหม่ ๆ ทำให้มัคคุเทศก์สามารถพัฒนาทักษะเฉพาะทางที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ดิจิทัล (Digital Tour Guide) เป็นต้น

ความท้าทาย

การแข่งขันที่สูงขึ้น: การเข้าถึงข้อมูลที่ง่ายขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนเลือกที่จะเดินทางด้วยตนเอง หรือใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่อาจมีราคาถูกกว่า

การเปลี่ยนแปลงบทบาท: มัคคุเทศก์ไม่ได้เป็นเพียงผู้ให้ข้อมูลอีกต่อไป แต่ต้องเปลี่ยนบทบาทเป็น “นักเล่าเรื่อง” “ผู้สร้างประสบการณ์” และ “ผู้จัดการความคาดหวัง” ของนักท่องเที่ยว

ช่องว่างทางทักษะ: มัคคุเทศก์บางส่วน โดยเฉพาะผู้ที่ไม่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี อาจเผชิญกับความยากลำบากในการปรับตัวและพัฒนาทักษะดิจิทัลที่จำเป็น

ข้อมูลลง/ข้อมูลที่คลาดเคลื่อน: การพึ่งพาข้อมูลออนไลน์มากเกินไป อาจนำไปสู่การให้ข้อมูลที่ผิดพลาดแก่นักท่องเที่ยวได้ หากขาดการตรวจสอบและคัดกรองข้อมูลที่ดี

แนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับมัคคุเทศก์ไทย

แนวทางเพื่อให้มัคคุเทศก์ไทยสามารถปรับตัวและเติบโตในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะดิจิทัลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

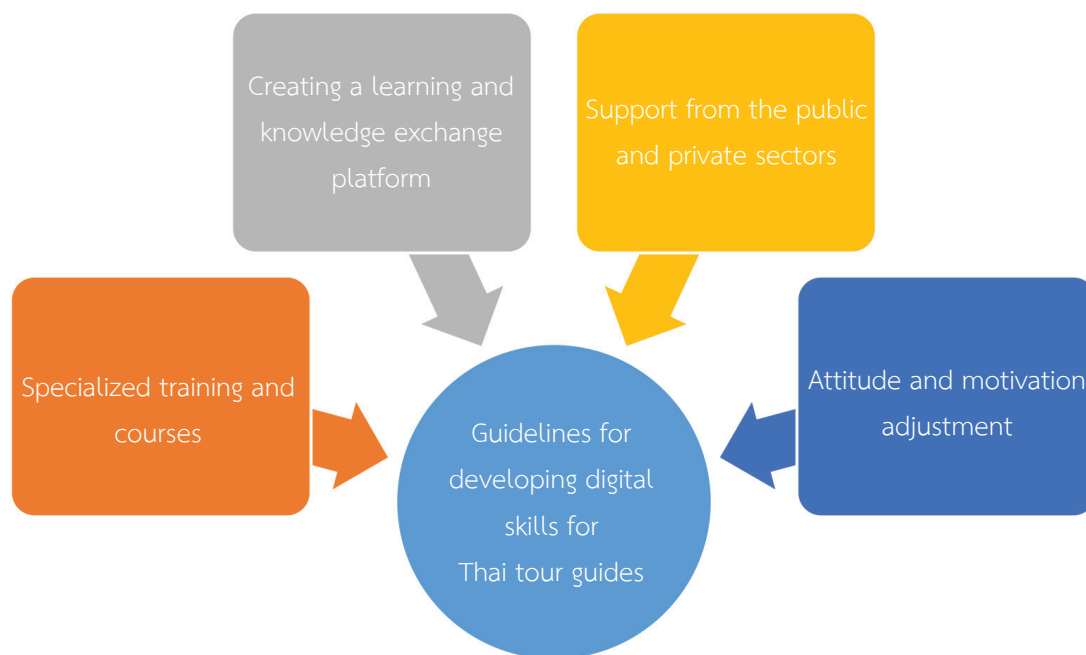


Figure 1 Guidelines for Developing Digital Skills for Thai Tour Guides

การฝึกอบรมและหลักสูตรเฉพาะทาง

หลักสูตร Digital Literacy สำหรับมัคคุเทศก์: ควรมีการจัดหลักสูตรที่เน้นการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับมัคคุเทศก์โดยเฉพาะ เช่น การใช้แอปพลิเคชันนำทาง การสร้างเนื้อหาดิจิทัล การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการตลาด และการจัดการข้อมูลลูกค้า เป็นต้น โดยมีหน่วยงานของภาครัฐ โดยมีการจัดอบรมในรูปแบบทั้ง Online และ Onsite

การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ: ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรม เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สำหรับการแปลภาษาหรือการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวเสมือนจริง Internet of Things (IoT) ในการบริหารจัดการอุปกรณ์ต่าง ๆ หรือเทคโนโลยีบล็อกเชนสำหรับระบบการชำระเงินและการจองที่ปลอดภัย เป็นต้น

หลักสูตรการสื่อสารและการเล่าเรื่องแบบดิจิทัล: มุ่งเน้นการสอนเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจผ่านช่องทางดิจิทัล การสร้าง Storytelling ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

การสร้างแพลตฟอร์มการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้

จัดตั้งศูนย์กลางหรือแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับมัคคุเทศก์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และเทคนิคการใช้ทักษะดิจิทัล

ส่งเสริมการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และสัมมนาออนไลน์ เพื่อให้มัคคุเทศก์ได้ฝึกฝนการใช้เครื่องมือจริง

จัดทำแอปพลิเคชันสำหรับมัคคุเทศก์ที่รวบรวมองค์ความรู้ในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้มัคคุเทศก์สามารถเข้าถึงข้อมูลการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา

การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน

ภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น ควรมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรสำหรับการฝึกอบรม

สมาคมมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรเข้ามามีบทบาทในการออกแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของตลาด และส่งเสริมให้มัคคุเทศก์ของตนเองได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ภาครัฐและเอกชนควรจัดให้มีการประกวดการจัดนำเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การปรับทัศนคติและแรงจูงใจ

สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของทักษะดิจิทัล และชี้ให้เห็นถึงโอกาสที่เทคโนโลยีจะนำมาใช้เพื่อกระตุ้นให้มัคคุเทศก์เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้และปรับตัว

สร้างความตระหนักในเรื่องของการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในยุคดิจิทัลที่อาชีพมัคคุเทศก์ต้องมีการเผชิญซึ่งความท้าทายในท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ เพื่อให้มัคคุเทศก์ปรับตัวให้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ยกย่องและให้รางวัลแก่มัคคุเทศก์ที่มีความโดดเด่นในการประยุกต์ใช้ทักษะดิจิทัล เพื่อเป็นแบบอย่างและแรงบันดาลใจ

บทสรุป

ทักษะดิจิทัลเป็นองค์ความรู้และความสามารถที่มีความจำเป็นในยุคสังคมสารสนเทศ โดยหมายถึงความสามารถเข้าถึงใช้และประเมินผลเทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพปลอดภัย และมีวิจารณญาณ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การใช้อุปกรณ์พื้นฐาน การบริหารจัดการข้อมูลไปจนถึงการสร้างเนื้อหาและการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ ทั้งนี้ ทักษะดิจิทัลไม่เพียง

เป็นทักษะทางเทคนิค แต่ยังรวมถึงการคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้สามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมตามบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทักษะดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถของแรงงาน โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ซึ่งเป็นด่านหน้าของการบริการนักท่องเที่ยว ความสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น การตลาดออนไลน์ การจองผ่านระบบอัตโนมัติ การใช้แอปพลิเคชันแปลภาษา และการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อมัลติมีเดีย (Kapa et al., 2022) ล้วนเป็นทักษะที่จำเป็นเพื่อสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ทักษะดิจิทัลยังเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันและการอยู่รอดของมัคคุเทศก์ในยุคการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่เน้นความยืดหยุ่นและการใช้นวัตกรรม (Atienza, 2024) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทักษะดิจิทัลในประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทาย โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานบริการบางกลุ่มที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงการฝึกอบรมอย่างทั่วถึง เช่น มัคคุเทศก์อิสระ หรือผู้ที่มิใช่สังกัดทางอายุและทักษะพื้นฐาน ดังนั้น การสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันให้แรงงานสามารถปรับตัวและพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ทักษะดิจิทัลได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอนาคตของอาชีพมัคคุเทศก์ไทย แม้ว่าเทคโนโลยีจะนำมาซึ่งความท้าทาย แต่ก็เปิดโอกาสมหาศาลให้มัคคุเทศก์สามารถยกระดับบริการ สร้างสรรค์ประสบการณ์ที่แตกต่าง (Kaewjarus, 2021) และขยายขีดความสามารถในการแข่งขันพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรม การสร้างแพลตฟอร์มการเรียนรู้ และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน จะเป็นกุญแจสำคัญต่อการเสริมสร้างศักยภาพของมัคคุเทศก์ไทย ให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและยังคงเป็นส่วนสำคัญเพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลต่อไป

References

- Aboelmagd, A. (2023). Emerging technology trends in tourist guiding: Virtual and distance tour guides. *Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Mansoura University*, 13(6), 341-370.
- Akkapin, S. (2021). Changes in the tourist services in the era of disruptive technology. *RMUTK Journal of Liberal Arts*, 3(1), 112-122.
- 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>
- Ammirato, S., Massa, S., & Rollo, F. (2015). *ICT and tourism: A review of recent literature*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/348620958_Tourism_technology_and_ICT_a_critical_review_of_affordances_and_concessions
- Atienza, J. (2024). *The virtual tour guides on tourists' satisfaction: Role of sense of presence*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/380391492_The_Virtual_Tour_Guides_on_Tourists'_Satisfaction_Role_of_Sense_of_Presence
- Bangkokbiznews. (2025). *Foreign tourists visiting Thailand in the first five months of 2025 totaled 14.36 million, a decrease of 2.7%*. <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1183196> [in Thai]
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In I. Tussyadiah, & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_27
- Capriello, G., & Riboldazzi, F. (2019). The digital transformation of the tourism sector: An empirical analysis of Italian tour operators. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 16-31.
- Chakatdham, A., & Rodphai, P. (2020). *Survival of Thai Gig workers: New challenges for informal workers under the new normal lifestyle*. <https://brandinside.asia/gig-worker-gig-economy-covid-19/> [in Thai]
- Daratrai, N., Pintapat, S., & Boonyasophon, P. (2024). Developing a capacity-building model for tour guides in Thailand's tourism industry in the digital age. *Mahachula Nakhontras Journal*, 11(5), 232-243. [in Thai]
- De la Harpe, S., & Sevenhuysen, L. (2019). Digital literacies for tour guides in the 21st century: Opportunities and challenges. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 1-15.
- Dlearn.eu. (n.d.). *Your local guide: Digital skills in tourism*. <https://dlearn.eu/>

- Emerald Insight. (2024). *The role of technology in tourist guiding: Future career, service quality, marketing and tourist experiences*. Tourism Review. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/cbth-05-2024-0169/full/pdf>
- European Commission. (2018). *Digital competence framework for citizens*. Publications Office of the European Union.
- Gali, N., & Camprubi, R. (2020). Guiding: A comprehensive literature review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(4), 317-334.
- Grammenos, A., & Papaioannou, G. (2024). *Tour guiding in the digital era: Realities and challenges*. https://www.researchgate.net/publication/381660307_Tour_guiding_in_the_digital_era_Realities_and_challenges
- Gretzel, U., Yuan, Y. L., & Fesenmaier, D. R. (2006). Preparing for the new economy: Advertising strategies and change in destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 45(1), 15-29. <https://doi.org/10.1177/0047287506288873>
- Gretzel, U. H., Sigala, M., & O'Leary, J. T. (2015). The internet and tourism: New challenges and opportunities. *Tourism Review*, 70(1), 3-10.
- Huang, Y. C., Backman, S. J., Backman, K. F., & Moore, D. (2013). Exploring user acceptance of 3D virtual worlds in travel and tourism marketing. *Tourism Management*, 36, 490-501. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.009>
- Kaewjarus, A. (2021). The potential of Thai tourists guide in the 21st century. *Panyapiwat Journal*, 13(3), 283-296. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/248056> [in Thai]
- Kapa, M. G., De, C., & Engelan, H. U. (2022). An exploration of tourist guides' competencies to create memorable tourist experiences. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1350- 1358.
- Kiryakova-Dineva, T., Kyurova, V., & Chankova, Y. (2019). Soft skills for sustainable development in tourism: The Bulgarian experience. *European Journal of Sustainable Development*, 8(2), 57-67.
- National Scout Organization of Thailand. (2020). *Guide scout*. <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>
- Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. (2022). *Research project: Development of a smart guide technology system for culinary tourism routes to boost economy and tourism in Samut Songkhram Province*. <https://larts.rmutp.ac.th/2554/pr12042565-01/> [in Thai]

- Samngamya, P., & Srisuwan, S. (2020). *Development of smart technology media to promote agro-cultural tourism in Ban Tha Kho learning community, Si Prachan District, Suphan Buri Province*. *MCU Social Science Review Journal*, 9(4), 190-200. [in Thai]
- Somnuxpong, S. (2018). Trend and tourism marketing 4.0 in Thailand. *Veridian E-Journal Silapakorn University*, 10(3), 2055-2068. [in Thai]
- Sotohy, M. (2020). The role of technology in tourist guiding: Future career, service quality, marketing and tourist experiences. *Tourism Review*, 75(1), 163-176.
- The National Board of Digital Economy and Society Office. (2019). *Digital literacy for Thai citizens*. Mahidol University.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *9 future trends in tourism*. <https://thai.tourismthailand.org/Articles/9tat> [in Thai]
- World Economic Forum. (2020). *The future of jobs report 2020*. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>



Name and Surname: Apithai Kaewjarus

Highest Education: Doctor of Philosophy (Ph.D.) in Tourism and Hotel Management from the College of Management, University of Phayao

Affiliation: The College of Tourism and Service Industry, Nakhon Phanom University

Field of Expertise: Tourism Management



Name and Surname: Tipwadee Phosittiphan

Highest Education: Doctor of Philosophy (Ph.D.) in Tourism Development from the School of Tourism Development, Maejo University

Affiliation: School of Tourism Development, Maejo University

Field of Expertise: Tourism Management



Name and Surname: Thanadol Armartpon

Highest Education: Master of Arts (M.B.A) in Hotel and Tourism Management, International Program, Stamford International University

Affiliation: The Department of Tourism Industry and Hospitality Management at Suan Sunandha Rajabhat University (Udon Thani Education Center)

Field of Expertise: Tourism Business and Tour Guide Management