



**รายงานผลการศึกษา
ทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ**





รายงานผลการศึกษา
ทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคต
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ

โดย

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ

กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน
กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน
กันยายน 2567

คำนำ

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วงปี พ.ศ.2562 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ถือว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก และส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงาน ไทยที่มีการเลิกกิจการและลดจำนวนแรงงานในภาคการท่องเที่ยวลงเป็นจำนวนมากเช่นกัน ในช่วงปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นมา สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยว กลับมามีผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศและจำนวนการจ้างงานที่สูงมากขึ้น แต่เนื่องจาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จึงยังคงต้องเผชิญกับ ความท้าทายและความผันผวนในหลากหลายรูปแบบที่อาจจะส่งผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ไม่ว่าจะเป็น การเปลี่ยนแปลงด้านภูมิรัฐศาสตร์ เศรษฐกิจระดับโลก สภาพอากาศ โรคอุบัติใหม่ การเปิดเสรีการค้าและ การลงทุน รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนค่านิยมและพฤติกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องที่ยากจะคาดเดา ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ ก็ตระหนักถึง ความสำคัญของการศึกษาทิศทางตลาดแรงงานในอนาคต เพื่อภาครัฐจะได้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของ ตลาดแรงงานให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม เพื่อส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ การมีงานทำ การมีรายได้ และการเข้าถึงสิทธิและสวัสดิการของแรงงาน

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ มีความสนใจที่จะศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทย ในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภูมิศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ เนื่องจากเป็น 1 ใน 12 สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลักของประเทศ ที่มีบทบาทความสำคัญต่อการสร้างความประทับใจใน การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจเดินทางกลับมาอีกครั้ง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อ อาชีพหรือตำแหน่งงาน ที่ต้องการเพิ่มขึ้น อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไป ศึกษาสมรรถนะของแรงงาน ที่ต้องการและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

คณะผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทาง ในการผลิตและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในอนาคตได้อย่าง มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นข้อมูลในการแนะแนว การศึกษาต่อและการประกอบอาชีพให้กับผู้ที่มีความสนใจ ต่อไป

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ

กันยายน 2567

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ได้รับความร่วมมือจากนายจ้าง/สถานประกอบการตัวแทนบริษัทนำเที่ยว ที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจนำเที่ยวถูกต้องตามกฎหมายใน 17 จังหวัดภาคเหนือในการตอบแบบสอบถาม และได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่ให้ความอนุเคราะห์ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

คณะผู้ศึกษา ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้เกียรติเข้าร่วมประชุม กลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group) ในการให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ซึ่งเป็น กระบวนการที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย ดร.สว่าง ทองไพ นายกสภาคสมลชนเพื่อการท่องเที่ยว อาจารย์ดร.เจนจิรา ผื่นเต็ม อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก คุณวลีย์รัตน์ วิภาศรีนิมิต โสไน์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดลำปางและนายกสภาคสมลชนธุรกิจ ท่องเที่ยวเมืองเขลางค์ คุณปาไลตา คำปันนา รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยงแห่งประเทศไทย สำนักงานลำปาง และคุณวรารณ ธารณะ ผู้บริหาร บ้านฟาร์มสุขทัวร์

คณะผู้ศึกษา ขอขอบคุณ ดร.สว่าง ทองไพ นายกสภาคสมลชนเพื่อการท่องเที่ยว ที่กรุณา ให้คำปรึกษา ให้แนวคิด ให้กำลังใจ และแก้ไขในสิ่งที่บกพร่องต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาจนถึง ผลการศึกษาสำเร็จตามวัตถุประสงค์

สุดท้ายนี้คณะผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลที่ได้จากการศึกษาในบางประเด็น จะสามารถ นำไปกำหนดนโยบายหรือมาตรการในการผลิตและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดแรงงานในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการแนะแนว การศึกษาต่อ และการประกอบอาชีพให้กับนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงานต่อไป

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ

กันยายน 2567

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อ อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้น อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไป ศึกษาสมรรถนะของแรงงานที่ต้องการและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยผลการศึกษารูปได้ ดังนี้

แนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ประกอบด้วย แนวโน้มด้านสังคม (Social) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและการขยายตัวของเมือง และคุณลักษณะของแรงงาน แนวโน้มด้านเทคโนโลยี (Technological) ได้แก่ การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (อุตสาหกรรม 4.0) และการแปลงเป็นดิจิทัล (การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้น) แนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economic) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการค้าและการลงทุนทั่วโลก แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ได้แก่ ข้อกังวลด้านสาธารณสุข (เช่น โรคระบาด) และข้อกังวลด้านการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม แนวโน้มด้านการเมือง (Political) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านนิติบัญญัติ กฎหมาย หรือกฎระเบียบ แนวโน้มด้านคุณค่า (Values) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของลูกค้า

การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 1) ความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพของบริการ 2) ความจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพ ผลผลิตภาพ ความสามารถในการแข่งขัน ลดค่าใช้จ่าย 3) ความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีใหม่หรือซื้ออุปกรณ์ใหม่ และฝึกทักษะใหม่ให้กับแรงงาน 4) ความจำเป็นต้องกระจายความเสี่ยงของฐานลูกค้า ขยายสู่ตลาดอื่นหรือเปลี่ยนส่วนแบ่งตลาด 5) ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานหรือกระจายความเสี่ยงด้านซัพพลายเออร์ 6) ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างหรือจัดระเบียบกระบวนการทำงานภายในหรือโครงสร้างขององค์กร และ 7) การจ้างแรงงานให้มีความเหมาะสม

อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะสั้น (3-5 ปี) และระยะกลาง (6-10 ปี) คือ มัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน ฝรั่งเศส สเปน เกาหลี ญี่ปุ่น โปรตุเกส) พนักงานบริการ (ที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ) พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัล พนักงานที่มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย (Multitasking) นักร้องแบบการเดินทาง และ Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ) และในระยะยาว (11-20 ปี) คือ เจ้าของธุรกิจ มัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน ฝรั่งเศส สเปน เกาหลี ญี่ปุ่น โปรตุเกส) พนักงานบริการ (ที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ) พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัล พนักงานที่มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย (Multitasking) นักร้องแบบการเดินทาง และ Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ)

อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการลดลงหรือหายไปในระยะสั้น คือ ผู้จัดการทั่วไป / ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายตัว ผู้จัดการแผนกทัวร์หมู่คณะ พนักงานหรือตัวแทนขาย (Agent) ระยะกลาง คือ ผู้ดูแลระบบหรือเลขานุการ พนักงานขายโฆษณา ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน และระยะยาว คือ ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด

สมรรถนะที่ต้องการจากแรงงาน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ทักษะด้าน Soft Skills ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะการบริการลูกค้า ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการจัดการ ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และทักษะการปรับตัว 2) ทักษะด้าน Hard Skills ได้แก่ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทักษะด้านดิจิทัล ทักษะด้านสารสนเทศ ทักษะการขายและการตลาด ความรู้เกี่ยวกับการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐานด้านสุขอนามัย ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย ความรู้เกี่ยวกับระบบการจองที่พัก ความรู้เกี่ยวกับระบบการจองเที่ยวบิน/สายการบิน และความรู้ด้านเมนูอาหาร

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา มีดังนี้

1) ควรพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะแรงงานในตัวแทนบริษัทนำเที่ยว โดยเน้นการ Up Skill และ Reskill และการจัดการอบรมให้กับอาชีพมัคคุเทศก์ทุก ๆ ปี เพื่อการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีมีคุณภาพ

2) ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมสนับสนุนอาชีพมัคคุเทศก์ (ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญให้คงอยู่คู่การท่องเที่ยวและลดการขาดแคลนในตำแหน่งนี้) โดยการแก้ไขกฎระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการขอใบอนุญาตหรือขอต่ออายุใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์

3) ภาครัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ควรให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวให้เข้มแข็ง โดยการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

4) การปรับหลักสูตรทางการศึกษาทุก ๆ 5 ปี เป็นการปรับหลักสูตรให้มีความทันสมัยและเพื่อให้นักศึกษามีองค์ความรู้และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในแต่ละช่วงเวลา ที่เปลี่ยนแปลงไป

5) ภาครัฐควรส่งเสริมและปลูกฝังให้มีการกำหนดหลักสูตรเป็นภาคบังคับที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไปทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างน้อยในท้องถิ่นของตน ให้แก่นักเรียน เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มเหล่านี้

6) ภาครัฐควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมสื่อกลางด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้แก่แรงงานในภาคการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป มีดังนี้

1) ควรศึกษาวิจัยทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคตในอุตสาหกรรมอื่นที่สำคัญ ของประเทศ ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค เพื่อให้เห็นเป็นภาพรวมของประเทศและเห็นศักยภาพในแต่ละภูมิภาค

2) การศึกษาทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคตในอุตสาหกรรมใหม่ที่น่าสนใจและคาดว่าจะ เป็นรายได้เข้าประเทศ ควรศึกษาให้ครบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อให้เห็นภาพรวมของการ เปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนั้นซึ่งจะทำให้มีความชัดเจนในความต้องการแรงงานทั้งห่วงโซ่อุปทาน และ ประโยชน์ในการเตรียมกำลังคนเข้าสู่อุตสาหกรรมนั้น ๆ และเป็นการลดการขาดแคลนกำลังแรงงานได้อีกทางหนึ่ง

3) ผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ในเวทีการสัมมนาวิชาการประจำปี 2567 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2567 ณ โรงแรมปรีณัฐตันส์ กรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นว่า ผลการศึกษาของศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ เรื่อง การศึกษา ทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ฉบับนี้ น่าจะเป็นต้นแบบสำหรับการศึกษาเชิงลึกในเรื่องมัคคุเทศก์ ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ซึ่งมีลักษณะการ ท่องเที่ยวที่ต่างกันส่งผลต่อความต้องการมัคคุเทศก์ที่ต่างกันตามลักษณะของพื้นที่และควรระบุความต้องการ มัคคุเทศก์ให้ชัดเจนว่า ต้องการมัคคุเทศก์ประเภทไหน ใน 3 ประเภท คือ (1) มัคคุเทศก์ทั่วไป (2) มัคคุเทศก์ เฉพาะภูมิภาค และ (3) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งจะสะท้อนถึงการผลิตและพัฒนาแรงงานที่แตกต่างกัน

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 บริบทของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency)	6
2.2 สารระสำคัญในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551	7
2.3 บริบทเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว	8
2.4 บริบทเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ (Guide)	14
2.4.1 ความหมายมัคคุเทศก์	14
2.4.2 บทบาทหน้าที่และความสำคัญของมัคคุเทศก์	16
2.4.3 จรรยาบรรณในวิชาชีพมัคคุเทศก์	18
2.5 บริบทเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency)	18
2.6 ลักษณะของนักท่องเที่ยวปี 2567	19
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	26
3.1 การกำหนดกรอบการศึกษา	26
3.2 การกวาดสัญญาณสถานการณ์ปัจจุบัน (Horizon Scanning)	27
3.3 การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม	27
3.4 การประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group)	28
3.5 การทบทวนและจัดทำรายงาน	28
บทที่ 4 ผลการศึกษา	29
4.1 แนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม	29
4.2 การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม	30
4.3 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการในอนาคต	31
4.4 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในอนาคต	33
4.5 สมรรถนะที่ต้องการจากแรงงาน	34
4.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	36
5.1 สรุปผลการศึกษา	36
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	39
5.3 ข้อเสนอแนะ	40
บรรณานุกรม	บ-1
ภาคผนวก	ผ-1

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวทั่วประเทศ	8
ตารางที่ 2 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในภาคเหนือ	8
ตารางที่ 3 สถิติจำนวนมัคคุเทศก์ทั่วประเทศ	16

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 โครงสร้างแบบแนวนอน	9
ภาพที่ 2 โครงสร้างแบบผสม	9
ภาพที่ 3 คุณสมบัติของมัดคุเทศก์	14
ภาพที่ 4 ประเภทมัดคุเทศก์	15
ภาพที่ 5 Competency คืออะไร ต่างจาก Skill หรือ ทักษะอย่างไร ?	19

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหลักในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศซึ่งปัจจุบัน อัตราการแข่งขันสูง จึงมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์โดยควบคุมมาตรฐานและคุณภาพในการให้บริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล สภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council: GSTC) ได้ร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC) และตัวชี้วัดเพื่อรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว/เป้าหมายของการท่องเที่ยวทั้งในกลุ่มโรงแรมและบริษัททัวร์ โดยเน้นหลักเกณฑ์ในการพิจารณา คือ การบริหารจัดการที่ยั่งยืน ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม ผลกระทบในเชิงวัฒนธรรม และผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม โดยหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดที่จะกำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยว/เป้าหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน เฉพาะในส่วนที่ 2 ว่าด้วยการสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ แก่ชุมชนเจ้าของพื้นที่มากที่สุด ขณะเดียวกันสร้างผลกระทบเชิงลบให้น้อยที่สุด (SECTION B: Maximize economic benefits to the host community and minimize negative impacts) โดยมีหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดย่อยที่กล่าวถึง “แรงงาน” และ “การจ้างงาน” นั้นหมายถึง การรับรองแหล่งท่องเที่ยวที่จะเป็นเป้าหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับแรงงานและการจ้างงานในชุมชน ธุรกิจและอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว

แผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570) หมายเหตุที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ซึ่งเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว รักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) จะให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ และพร้อมที่จะเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลและนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ โดยมีประเด็นในการพัฒนา 4 ประเด็น คือ 1) เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ 3) ยกกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

รายงานสรุปการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานว่า เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของไทย ปี พ.ศ. 2565 มีมูลค่าการบริโภคเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีจำนวน 1,254,741.25 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนร้อยละ 42.87 เป็นการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ และร้อยละ 57.13 เป็นการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย และการจ้างงานแรงงานในภาคการท่องเที่ยวมีจำนวน 4,188,216 คน คิดเป็นร้อยละ 10.68 ของจำนวนการจ้างงานทั้งหมด 39,221,050 คน

ปี 2566 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เปิดเผยว่า ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อจำนวนการจดทะเบียนธุรกิจให้เติบโตสูงขึ้น ได้แก่ ภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยเฉพาะการสนับสนุน Soft Power ของรัฐบาลและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว สะท้อนจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโต

อย่างต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจตัวแทนการเดินทางเติบโต 1.04 เท่า ธุรกิจจัดนำเที่ยวเติบโต 69.35% จากการจัดงานเทศกาลที่สำคัญในทุกพื้นที่ของประเทศ โดยอันดับ 1 ในจำนวน 3 ธุรกิจมาแรงในปี 2566 ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวมีจำนวนธุรกิจตั้งใหม่ 2,882 ราย เพิ่มขึ้น 63.84% ทุนจดทะเบียนรวม 7,220 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 67.74% ส่วนธุรกิจมาแรงปี 2566 อันดับที่ 2 คือ ธุรกิจสมุนไพร และอันดับที่ 3 คือ กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (กรุงเทพธุรกิจ 27 ธันวาคม 2566)

นอกจากนี้ ในปี 2568 ผู้ว่าการททท. (นางสาวฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์) เปิดเผยว่า จะเป็นปีแห่งความท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่จะก้าวไปสู่ Amazing Thailand Grand Tourism Year อย่างยิ่งใหญ่ สอดรับนโยบาย IGNITE Thailand's Tourism ของรัฐบาล โดยการกระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยว (Drive Demand), การยกระดับห่วงโซ่อุปทาน (Shape Supply) ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สร้างมาตรฐานพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ภายใต้การเสริมกำลังซึ่งกันและกันของทุกภาคส่วนแบบ 360 องศา (Partnership 360o) และเดินทางสู่ความยั่งยืน เพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ ผลักดันการเติบโตรายได้อย่างต่อเนื่อง สะท้อนศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะเป็นพลังผลักดันให้เศรษฐกิจไทย สังคมไทย และคนไทยเติบโตไปด้วยกันอย่างมีความสุขและยั่งยืน นำประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก โดยปี 2568 “เสน่ห์ไทย” และ “เมืองน่าเที่ยว” จะกลายเป็น Highlight Product ที่ททท. จะนำมากระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ขยายฐานตลาด กระตุ้นความถี่และการกระจายตัวสู่จังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยมากขึ้น เช่น ด้าน “เสน่ห์ไทย” จะนำเสนอเชื่อมโยงกับแนวคิด 5 Must Do in Thailand ของรัฐบาล ประกอบด้วย Must Taste อาหารไทยบอกเล่าที่มาความอร่อยและวิถีการกินของคนแต่ละภาค Must Try มวยไทยและเรื่องราวศิลปะการต่อสู้ที่เป็นที่นิยมของคนทั่วโลก Must Buy แฟชั่นผ้าไทย และงานฝีมือ งานคราฟต์ที่เล่าเรื่องราวชีวิต การสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจของคนไทย Must Seek สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ๆ หรือมุมมองและเรื่องราวใหม่ ๆ และ Must See เทศกาลงานประเพณีที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อของคนแต่ละท้องถิ่นทั่วไทย ในส่วน “เมืองน่าเที่ยว” จะเพิ่มพลังให้เป็นเมืองที่น่าไปเที่ยวไปเยือนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยดึงกลยุทธ์ City Marketing พัฒนาเมืองต่าง ๆ ให้เติบโตเข้าใกล้ความเป็นเมืองหลักด้านการท่องเที่ยว ค้นหาจุดขาย พลิกมุมมอง บอกเล่าเรื่องราวความเป็นไทยของแต่ละพื้นที่ หมุนเวียนกันไปจากเมืองสู่เมือง จากภาคสู่ภาค เพื่อให้ประเทศไทยเป็น High Season ตลอดทั้งปี

โดย 1 ใน 12 สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลักของประเทศ ที่มีบทบาทความสำคัญต่อการสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจเดินทางกลับมาอีกครั้ง คือ สาขาการบริการด้านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel agencies and other reservation services) ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่มีอิทธิพลมากที่สุดในช่วงห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวกลาง (Focal Point) คอยเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่มีอำนาจในการต่อรองสูงสุด มีบทบาทในการบริหารจัดการผู้เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี พ.ศ. 2565 มีการจ้างงานจำนวนทั้งสิ้น 31,515 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) และจากสรุปข้อมูลผลสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2565 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการนำเที่ยว 91.6 % และมัคคุเทศก์ 88.6 % และผลสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2565 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการนำเที่ยว 88.6 % และมัคคุเทศก์ 90.6 % (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) โดยในประเทศไทยมีตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว มีจำนวน 13,352 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 2 มกราคม 2567) สำหรับภาคเหนือมีตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่

จดทะเบียนฯ จำนวน 1,511 แห่ง โดยจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนมากที่สุด คือ 1,070 แห่ง และจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 แห่ง สำหรับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในภาคเหนือ มีทั้งหมดจำนวน 19 แห่ง ใน 10 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร 1 แห่ง เชียงราย 2 แห่ง เชียงใหม่ 5 แห่ง ตาก 1 แห่ง นครสวรรค์ 2 แห่ง พะเยา 1 แห่ง พิษณุโลก 3 แห่ง เพชรบูรณ์ 1 แห่ง ลำปาง 2 แห่ง และอุตรดิตถ์ 1 แห่ง

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ จึงตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว และการจ้างงานภาคการท่องเที่ยว โดยการศึกษา “ทิศทางการตลาดแรงงานไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ” ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์และแนวทางต่อกำลังแรงงานภาคการท่องเที่ยวและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และวางแผนเตรียมความพร้อมในทุกมิติ รวมไปถึงพัฒนาทักษะแรงงานให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้น
- 1.2.3 เพื่อศึกษาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไป
- 1.2.4 เพื่อศึกษาสมรรถนะที่ต้องการจากแรงงานและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ โดยศึกษาในประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย ความสำคัญหรือเหตุผลที่เลือกศึกษา ปัจจัยและแนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยหรือแนวโน้ม ตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้น ตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไป สมรรถนะที่อุตสาหกรรมต้องการ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.3.2 ขอบเขตปัจจัยรากล้อม ขอบเขตเนื้อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักจะอยู่ภายใต้กรอบปัจจัย STEEPV ของหลักการวิจัยเรื่องอนาคตศึกษาที่ประกอบด้วยด้านสังคม (Social) เทคโนโลยี (Technological) สิ่งแวดล้อม (Environmental) เศรษฐกิจ (Economic) การเมือง (Political) และคุณค่า (Values)

1.3.3 ขอบเขตประชากร ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาผ่านมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทในภาคเหนือ โดยใช้แนวคิดการมองอนาคต (Foresight) เป็นแนวทางในการศึกษา ด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group) ดังนั้น การเลือกประชากรในการศึกษาจึงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ จะทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) จากกรอบประชากรสถานประกอบการตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจนำเที่ยวถูกต้องตามกฎหมาย และกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรม ที่ให้ความคิดเห็น มุมมอง และร่วมกันให้ฉันทามติเกี่ยวกับอนาคตของตลาดแรงงาน ภายใต้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามในเชิงปริมาณ ดังนั้น การเลือกประชากรในกลุ่มนี้จึงไม่มีการสุ่ม ตัวอย่างแบบตัวแทนประชากร แต่จะเลือกวิธีการกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3.4 ขอบเขตเชิงพื้นที่ ดำเนินการศึกษาในพื้นที่ 17 จังหวัดภาคเหนือ

1.3.5 ขอบเขตด้านเวลา

1) ขอบเขตเวลาในการมองอนาคตการศึกษาภาคพณิชยการของทิศทางตลาดแรงงานไทย กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ อาศัยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ โดยมุ่งเน้นการมองอนาคตดังกล่าวในระยะสั้น (3-5) ปี ระยะกลาง (6-10 ปี) และระยะยาว (11-20 ปี)

2) ขอบเขตด้านเวลาที่ทำการศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนธันวาคม 2566 - เดือนกรกฎาคม 2567

1.4 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1.4.1 ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างอันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

1.4.2 ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจผู้ให้บริการจัดการการเดินทาง หรือเรียกว่าเป็นตัวแทนจำหน่ายบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งตัวเครื่องบิน ตัวสำหรับการเดินทางอื่น ๆ เช่น รถทัวร์ เรือ ไปจนถึงที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหารต่าง ๆ ไปจนถึงสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ รวมถึงบริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.4.3 ภาคเหนือ หมายถึง 17 จังหวัด ดังนี้ กำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก นครสวรรค์ น่าน พะเยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน สุโขทัย อุตรดิตถ์ และ อุทัยธานี

1.4.4 ผู้แนะนำการเดินทาง (มัคคุเทศก์) หมายถึง ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

1.4.5 แพคเกจทัวร์ (Tour Package) หมายถึง แพคเกจการท่องเที่ยว ที่จัดทำโดยบริษัทหรือตัวแทนท่องเที่ยว ซึ่งจะมีการวางโปรแกรมการเดินทางไว้ให้ครบถ้วน ทั้งตัวเครื่องบิน โรงแรม อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงไกด์นำทาง ซึ่งผู้ร่วมเดินทางจะต้องทำตามโปรแกรมที่กำหนดมาให้

1.4.6 Up Skill หมายถึง การเสริมและพัฒนาทักษะของแรงงานจากงานเดิม เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำงาน ส่วนใหญ่เป็นการนำเทคโนโลยีหรือดิจิทัลมาปรับใช้ให้เข้ากับการทำงาน เช่น เรียนรู้เทคโนโลยีเพิ่มเติม

1.4.7 Re Skill หมายถึง การสร้างทักษะใหม่ที่แตกต่างไปจากงานเดิมที่ทำอยู่ เป็นการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เพื่อนำไปใช้กับบริบทอื่นของตำแหน่งงาน และเพื่อให้สามารถตอบโจทย์กับการทำงานในยุคที่เทคโนโลยีและดิจิทัลเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

1.4.8 Soft Skills หมายถึง ทักษะทางด้านอารมณ์ที่เป็นลักษณะอุปนิสัย และความสามารถเชิงสมรรถนะที่จะเป็นตัวช่วยให้สามารถที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นทักษะที่หุ่นยนต์ไม่สามารถที่จะทำแทนได้

1.4.9 Hard Skills หมายถึง ทักษะทางด้านวิชาชีพที่จะต้องใช้ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน รวมไปถึงทักษะที่ผ่านการเรียนรู้และการสั่งสมประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการทำงานได้อย่างชำนาญและมีประสิทธิภาพได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการอ่าน การเขียน การใช้โปรแกรม รวมไปถึงการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสายอาชีพ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนผลิตและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต รวมทั้งใช้ในการแนะแนวการศึกษาต่อ และการประกอบอาชีพให้กับนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงาน

- 1.5.2 เจ้าหน้าที่ด้านการวิเคราะห์วิจัยสามารถพัฒนาผลงานการวิจัยด้านตลาดแรงงานให้มีคุณภาพเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ของกรมการจัดหางาน
- 1.5.3 กรมการจัดหางานมีฐานข้อมูลการศึกษาวิจัยด้านตลาดแรงงานเพิ่มขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ผู้ศึกษาได้รวบรวมประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและแบ่งการนำเสนอเนื้อหาเป็นลำดับ ดังนี้

- 2.1 บริบทของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency)
- 2.2 สารสำคัญในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551
- 2.3 บริบทเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว
- 2.4 บริบทเกี่ยวกับมัคคุเทศก์
- 2.5 บริบทเกี่ยวกับสมรรถนะ
- 2.6 ลักษณะของนักท่องเที่ยว ปี 2567
- 2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บริบทของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency)

Travel Agency คือ ธุรกิจผู้ให้บริการจัดการการเดินทางหรือเรียกว่าเป็นตัวแทนจำหน่ายบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ตัวเครื่องบิน ตัวสำหรับการเดินทางอื่น ๆ ได้แก่ รถทัวร์ หรือเรือ ไปจนถึงที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหารต่าง ๆ ไปจนถึงสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ รวมถึงบริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

รูปแบบของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวมี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. Traditional Travel Agency โดยทั่วไปแล้วจะเรียกสั้น ๆ ว่า Travel Agency เป็นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยทั่วไปจะทำหน้าที่เป็นผู้เสนอขายแพ็คเกจท่องเที่ยวที่รวมเอาค่าเดินทาง ค่าที่พัก อาหาร และอื่น ๆ เอาไว้แล้ว และอาจเป็นตัวแทนในการจัดหาและจำหน่ายตัวเครื่องบิน และที่พักต่าง ๆ ด้วย Travel Agency จะสามารถให้คำแนะนำด้านการเดินทางและท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้ โดยลูกค้าของ Travel Agency ประเภทนี้มักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มองหาผู้ช่วยในการจัดการการเดินทาง

2. Wholesale Travel Agency เป็นรูปแบบที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ทำการรวบรวมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการต่าง ๆ เช่น สายการบิน โรงแรม และประกันการเดินทาง เพื่อขายในราคาส่งให้แก่ Traditional Travel Agency และตัวแทนจำหน่ายอื่น เพื่อนำไปขายให้แก่ลูกค้ารายย่อยต่อไป แต่ในบางครั้งก็อาจขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ด้วยเช่นกัน โดยส่วนมากจะเน้นการขายปริมาณมาก ๆ ต่อหนึ่งครั้ง

3. Online Travel Agency เป็นรูปแบบของ Travel Agency ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านการจองที่พัก โรงแรม ตัวเครื่องบิน ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่รวมโปรโมชั่น ห้องพัก หรือตัวเดินทางจากหลาย ๆ ที่พัก และสายการบินเอาไว้ในที่เดียว ช่วยให้โรงแรมหรือสายการบินเชื่อมต่อกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น เช่น Trip.com, Agoda และ Expedia โดยลูกค้าของ Online Travel Agency จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางด้วยตัวเอง อาจเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน คนรัก หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวคนเดียว

2.2 สารสำคัญในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มาตรา 4

“ธุรกิจนำเที่ยว” หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“มัคคุเทศก์” หมายความว่า ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

“ผู้นำเที่ยว” หมายความว่า ผู้รับผิดชอบในการดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

“ค่าบริการ” หมายความว่า ค่าจ้างและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจ่ายให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว สำหรับการจัดการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พักอาหารหรือการอื่นใด

ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจนำเที่ยว เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน

ผู้ต้องการประกอบธุรกิจนำเที่ยว จะต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หากฝ่าฝืนประกอบธุรกิจโดยไม่มีใบอนุญาตจะต้องได้รับโทษตามกฎหมาย ทั้งนี้การประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่มีใบอนุญาต มีโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และ/หรือ ปรับไม่เกิน 500,000 บาท

ธุรกิจนำเที่ยว เป็นการจัดการหรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ทักษนาจรหรือการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว หรือการนำบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาขายในลักษณะเหมารวม (Package tour) และบริการมัคคุเทศก์

การอนุมัติออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

- ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งการออกหรือไม่ออกใบอนุญาต ภายใน 60 วัน

- กรณีอนุญาต ให้แจ้งหนังสือไปเพื่อให้มารับใบอนุญาตและวางหลักประกัน ภายใน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้ง

- กรณีไม่ออกใบอนุญาต ให้แจ้งเหตุผลด้วย

- ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจนำเที่ยว เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน

- ผู้ต้องการประกอบธุรกิจนำเที่ยว จะต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและ

มัคคุเทศก์

ประเภทใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวมี 4 ประเภท

เลขตัวที่สอง ในเลขที่ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว จะบ่งบอกประเภทของบริษัททัวร์นั้น

1. ประเภททั่วไป นำเที่ยวภายในประเทศไทย นำนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนำนักท่องเที่ยวไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

2. ประเภทในประเทศ นำเที่ยวภายในประเทศไทยเท่านั้น

3. ประเภทเฉพาะพื้นที่ นำเที่ยวเฉพาะในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งและจังหวัดที่มีเขตพื้นที่ติดกับจังหวัดนั้น

4. ประเภทนำเที่ยวจากต่างประเทศ นำนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สถิติจำนวนผู้ประกอบการจูงใจ

จำนวนผู้ประกอบการจูงใจทั่วประเทศ		
ลำดับ	ประเภท	จำนวน
1	ทั่วไป	4,920
2	ในประเทศ	1,750
3	เฉพาะพื้นที่	3,786
4	นำเที่ยวจากต่างประเทศ	3,549
รวม		14,005

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการจูงใจทั่วประเทศ

ที่มา : <https://www.dot.go.th/news/inform/detail/7183>

จำนวนผู้ประกอบการจูงใจในภาคเหนือ		
ลำดับ	ประเภท	จำนวน
1	ทั่วไป	432
2	ในประเทศ	172
3	เฉพาะพื้นที่	536
4	นำเที่ยวจากต่างประเทศ	430
รวม		1,570

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ประกอบการจูงใจในภาคเหนือ

ที่มา : <https://www.dot.go.th/news/inform/detail/7183>

2.3 บริบทเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ความสำคัญของธุรกิจบริการท่องเที่ยว มีดังนี้

- 1) เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อ กับ ผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Suppliers)
- 2) ช่วยให้ Suppliers หาดตลาดผู้ซื้อได้ ช่วยประชาสัมพันธ์
- 3) อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการช่วยตัดสินใจ ช่วยต่อรองราคา ประหยัด

ค่าใช้จ่าย

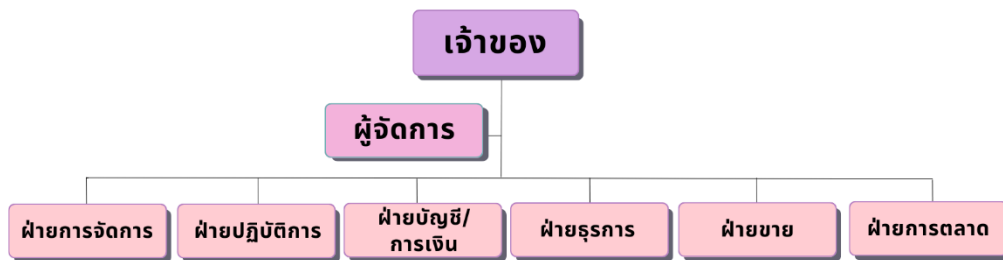
- 4) ทำให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ
- 5) มีส่วนกระตุ้นให้คนเดินทางมากขึ้น เพราะสะดวกสบาย
- 6) เป็นตัวกลางในการขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- 7) สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและประเทศชาติ
- 8) นักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อยสามารถท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่กำหนด
- 9) ช่วยสร้างงานและสร้างอาชีพ เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

โครงสร้างของธุรกิจนำเที่ยวสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ได้แก่

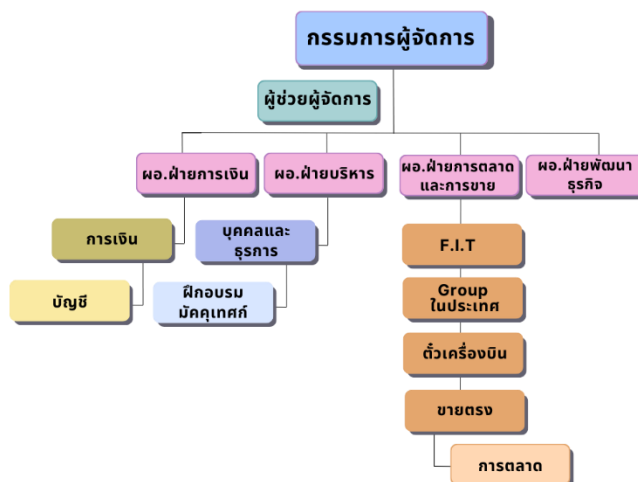
1. โครงสร้างแบบแนวตั้ง คือ โครงสร้างที่เน้นบุคคลคนเดียวที่สามารถทำหน้าที่จัดโปรแกรม นำเที่ยวตั้งแต่ต้นจนจบได้ โดยเริ่มจากการวางแผนติดต่อสายการบิน รถโค้ช โรงแรม ภัตตาคาร เขียนรายการ กำหนดราคา ส่งเสริมการขาย ขายสินค้า เตรียมเอกสารทุกอย่าง ส่งเอกสาร และอาจรวมถึงการนำเที่ยวเองด้วย

กล่าวโดยสรุป คนคนเดียวอาจเป็นผู้รับผิดชอบเองทั้งหมด การจัดโครงสร้างลักษณะแนวตั้งนี้ส่วนมากจะมีในบริษัทเล็ก ๆ

- ประเมินผลการจัดนำเที่ยวจากแบบสอบถาม
 - ประเมินผลกำไร ขาดทุน หลังสิ้นสุดการเดินทาง
 - จัดหามัคคุเทศก์
 - เตรียมเอกสารต่าง ๆ และคำแนะนำสำหรับลูกค้า
 - ทำการตลาดประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย
 - จัดทำเอกสารนำเที่ยวพร้อมรายการที่เป็นจริงและวางแผนการตลาด
 - คิดราคาต้นทุน กำไร เพื่อกำหนดราคาขาย
 - ติดต่อจองสถานที่ต่าง ๆ
 - วางตัวผู้ทำงาน ผู้รับผิดชอบในแต่ละเรื่อง
 - เขียนรายการนำเที่ยว กำหนดตารางเวลา ตารางระยะทางและกิจกรรม
 - สืบหาเส้นทางในการจัดนำเที่ยว
 - วางแผนการจัดนำเที่ยวว่าจะไปในเส้นทางใดบ้าง
2. โครงสร้างแบบแนวนอน



ภาพที่ 1 โครงสร้างแบบแนวนอน
ที่มา : <https://shorturl.asia/OMSrw>
3. โครงสร้างแบบผสม



ภาพที่ 2 โครงสร้างแบบผสม
ที่มา : <https://shorturl.asia/OMSrw>

ฝ่ายงานในบริษัทนำเที่ยวและหน้าที่รับผิดชอบ

- แผนกปฏิบัติการ (Operation)

1. ผู้จัดการแผนกปฏิบัติการ มีหน้าที่ดูแลงานของแผนก รับผิดชอบการจัดการนำเที่ยว การฝึกพนักงาน การเขียนรายการนำเที่ยว การพัฒนาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การฝึกอบรมผู้นำเที่ยว ดูแลงานมัคคุเทศก์ รวมถึงงานธุรการ ตลอดจนติดต่อประสานงานกับสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง และควบคุมการเงินการบัญชีของบริษัท

2. ผู้จัดการแผนกบริหาร ดูแลนโยบายและทิศทางของบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบงานบุคคล ดูแลเก็บ รักษาประวัติของลูกค้า โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าและช่วยงานของแผนกปฏิบัติการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแผนกบริหาร

3. ผู้จัดการแผนกจองและขาย รับผิดชอบด้านการขายและการตลาด โดยอาจติดต่อลูกค้าโดยตรง เพื่อนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยว จัดทำข้อมูลเอกสารการเผยแพร่เพื่อส่งเสริมการขาย นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในเรื่องการจองมัดจำ การจ่ายเงิน ควบคุมดูแลปัญหาเกี่ยวกับจำนวนคนจอง ติดต่อลูกค้าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรายการนำเที่ยวหรือวันออกเดินทาง เป็นต้น

- แผนกบุคคลและมัคคุเทศก์ (Personnel and Guide) มีหน้าที่บริหารงานบุคคลในบริษัท สรรหาพนักงาน จัดหามัคคุเทศก์ให้เหมาะสมกับรายการนำเที่ยว จัดให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากร จัดทำกิจกรรมนันทนาการให้แก่พนักงานท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง มีหน้าที่ดูแลบุคลากรต่าง ๆ ในบริษัท ดูแลสวัสดิการ การรับพนักงานใหม่ ตลอดจนการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงานเพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิเคราะห์วิจัย เพื่อศึกษาแนวโน้มของการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว และประเมินผลการทำงานของแผนกต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาถึงผลสำเร็จของบริษัทในแต่ละปี เพื่อนำข้อมูลข้อบกพร่องมาปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

- แผนกการเงินฝ่ายบัญชี (Accounting and Finance)

1. ฝ่ายบัญชี มีหน้าที่จัดการด้านบัญชี รายรับรายจ่าย และรายงานสถานการณ์การเงินของบริษัท จ่ายเงินให้กับสถานประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้อง ดูแลสต็อกสินค้า และเงินเข้าออกของบริษัท ดูแลเรื่องเงินเดือนพนักงาน รายรับรายจ่าย ในการเดินทางแต่ละครั้ง ของมัคคุเทศก์ รวบรวมหลักฐานการเงินต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร และทำงานร่วมกับฝ่าย ปฏิบัติการ ดูแลเรื่องงบประมาณของบริษัท เรื่องภาษีต่าง ๆ ตลอดจนรายรับรายจ่าย และงบดุลประจำปีของบริษัทรวมถึงคิดผลกำไร โดยแผนกการเงินอาจแบ่งเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายบัญชีและฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชีทำบัญชีเกี่ยวกับเงินรายได้และรายจ่ายของบริษัท

2. ฝ่ายการเงิน รับผิดชอบการเงินของบริษัท ทั้งรายรับและรายจ่าย ตรวจสอบจำนวนเงินให้ถูกต้องตัวเงินและตัวเลขจะต้องถูกต้องตรงกัน นอกจากนี้ยังรับผิดชอบเกี่ยวกับการจ่ายภาษี และเงินเดือนพนักงานด้วย นอกจากนี้แผนกบัญชีอาจต้องรับผิดชอบงานทางด้าน การแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ การโอน เช็คการประกันชีวิตและการรับจัดส่งทิบห่อพัสดุต่าง ๆ พนักงานแต่ละฝ่ายจะแยกกันรับผิดชอบงาน แต่ต้องทำงานประสานกัน เพื่อให้การเงินและบัญชีตรงกันและต้องพยายามรักษาผลประโยชน์ของบริษัท โดยตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออก บางบริษัทอาจจัดให้มีฝ่ายแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอยู่ในแผนกนี้ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าด้วย

- แผนกยานพาหนะ (Transportation)

1. มีหน้าที่ติดต่อขอเช่ายานพาหนะในการเดินทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ถ้าบริษัทมีรถเป็นของตนเองจะทำให้ต้นทุนการจาดนำเที่ยวถูกลงหรือไม่มีรถเป็นของตนเอง ก็ต้องติดต่อขอเช่าจากที่อื่น ถ้าเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยวก็ต้องจองล่วงหน้าเป็นเวลานาน

2. กรณีเดินทางโดยเครื่องบิน ควรประสานงานกับแผนกปฏิบัติการ เพื่อขอทราบจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละโปรแกรม เพื่อจะได้จัดรถได้ถูกต้องตามวันและเวลาที่เครื่องบินเข้าออกเพื่อจัดรถรับส่งได้ถูกต้อง

3. จัดมอบหมายคนขับรถให้ไปกับคณะท่องเที่ยว ดูแลการทำงานของคนขับรถให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย

- แผนกเอกสารธุรการ (Support Staff and Documentation) ทำงานทางด้านธุรการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านงานเสมียน คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และงานสารบรรณ ติดต่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับผู้ประกอบการผลิตสินค้าบริการด้านท่องเที่ยวทางจดหมาย ทางโทรสารและโทรพิมพ์ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ 1) รวบรวมเอกสาร ข้อมูล แบบฟอร์มต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทาง เช่น กฎระเบียบของการทำหนังสือเดินทาง ตรวจสอบเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการขอทำวีซ่าของลูกค้า 2) รวบรวมเอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ สำหรับให้ผู้นำเที่ยวมาค้นคว้าเพื่อประโยชน์ในการนำเที่ยว 3) ติดต่อสถานทูตต่าง ๆ เพื่อขอทำ Visa 4) กรอกแบบฟอร์มในการเดินทางให้กับลูกค้ากรณีเดินทางไปต่างประเทศ 5) รวบรวมเอกสารเกี่ยวกับลูกค้าทำเป็นตัวเลข สถิติ เพื่อการคาดการณ์ทิศทางของบริษัท 6) รับส่งเอกสารในและนอกบริษัท

- แผนกรับจองและขาย (Reservation & sales) มีหน้าที่รับจองจากลูกค้า ออกเสนอขาย Package Tour รับผิดชอบเกี่ยวกับการจองและงานบริการต่าง ๆ ของผู้ผลิตสินค้าบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอาจมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นส่วนต่าง ๆ เช่น ขายหรือรับจองตัวเครื่องบิน โดยเฉพาะพนักงานขายตัวเครื่องบิน จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการบิน รู้จักการคิดคำนวณระยะทางสามารถจัดระยะทางให้ได้ใกล้ที่สุดเพื่อลูกค้าจะได้เสียค่าโดยสารในราคาประหยัด ต้องรู้จักสนามบินสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลก รู้จักรหัสย่อของสายการบิน รู้ราคาและระดับชั้นต่าง ๆ บนเครื่องบิน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ 1) จองยานพาหนะ ตั้งแต่เรือ รถโค้ช รถไฟ และเครื่องบิน รถสองแถว รถตู้ 2) ติดต่อขอเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ 3) จองห้องพักจากโรงแรมหรือรีสอร์ท 4) จองภัตตาคาร ร้านอาหาร หรืออาจรวมถึงร้านจำหน่ายของที่ระลึกต่าง ๆ ที่มีการสาธิต แสดงฝีมืองานหัตถกรรมต่าง ๆ

- แผนกแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency Exchange) ทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน ดำเนินการแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลของประเทศที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

ประเภทของการจัดนำเที่ยว

1. การจัดนำเที่ยวโดยทั่วไป

- การจัดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด โดยการจัดให้มีกิจกรรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

- การจัดนำเที่ยวตามรายการนำเที่ยวที่เตรียมไว้แล้ว แบ่งได้ 2 ประเภท

1. Collective Tour บริษัทเป็นผู้กำหนดรายการนำเที่ยวทั้งหมดแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

2. Incentive Tour เป็นการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

มีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในบางเรื่องหรือทุกเรื่อง

2. การจัดนำเที่ยวที่เป็นสากล

- Domestic Tour เป็นการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศ เที่ยวภายในประเทศ

- Inbound Tour เป็นการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ภายในประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศจะติดต่อกับ local Agent ประจำประเทศไทย ซึ่งก็จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดการท่องเที่ยวภาคพื้นดิน (Land Arrangement) สามารถทำได้ 2 วิธี 1) จัดตาม

ความต้องการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ 2) บริษัทนำเที่ยวในประเทศจัดเสนอขายไปยังบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ รายการนำเที่ยวอดนียมต่าง ๆ, รายการนำเที่ยวสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ, รายการนำเที่ยวสำหรับโอกาสพิเศษหรือเทศกาล, รายการนำเที่ยวก่อนหรือหลังงานประชุมที่จัดขึ้นในประเทศไทย, จัดโปรแกรมนำเที่ยวให้ได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น, จัดตามความต้องการขององค์กรหรือหน่วยงาน, จัดบริการรับส่ง (Transfer In, Transfer Out)

- Out bound Tour เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวในประเทศออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวในประเทศจะติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ (Local Agent) ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (Land Arrangement) ให้กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจ้ดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวขณะท่องเที่ยวอยู่ในต่างประเทศ

3. การจ้ดนำเที่ยวโดยแบ่งตามขนาด

- Foreign Independent Tour or Free Independent Traveler (F.I.T.) เป็นการจ้ดนำเที่ยวส่วนบุคคลหรือครอบครัว หรือผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวตามลำพัง ไปยังจุดหมายปลายทางที่ตนต้องการ และมีอิสระในการเดินทาง โดยมากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งลักษณะที่ถูกค่าจัดการเดินทางด้วยตัวเองโดยซื้อบริการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในขณะที่พำนักอยู่ในประเทศไทย หรือซื้อบริการผ่านบริษัทนำเที่ยวในประเทศของตนก็ได้ การจัดการการนำเที่ยวแบบนี้ไม่จำเป็นต้องมีรายการนำเที่ยวจ้ดไว้เป็นตารางแน่นอน

- Group Inclusive Tour (G.I.T.) คือ การจ้ดนำเที่ยวเป็นกลุ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวสามารถแยกได้เป็น 2 ประเภท 1) กรุ๊ปจ้ดหรือทัวร์จ้ด เป็นการจ้ดนำเที่ยวในลักษณะเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวมาซื้อรายการนำเที่ยวจากหน้าร้าน โดยบริษัทจะจ้ดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ (Package Tour) ไว้ให้เลือกตามความต้องการในราคาที่แตกต่างกัน 2) กรุ๊ปเหมาหรือทัวร์เหมาเป็นการจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเฉพาะหมู่คณะของตน อาจเรียกว่า (Incentive Group หรือ Charter Group)

4. การจ้ดนำเที่ยวตามวิธี สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

4.1 การจ้ดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

- ทัวร์นำเที่ยวเหมาจ่ายอิสระ (Independent Package Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการอิสระในการท่องเที่ยวเอง อาจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากบริษัทนำเที่ยว

- ทัวร์นำเที่ยวเหมาจ่ายพร้อมบริการ (A Hosted Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าในราคาเหมาจ่าย ณ จุดหมายปลายทางแต่ละแห่งโดยจะมี a Hosted or Representative Officer บริการให้คำแนะนำ

- ทัวร์นำเที่ยวเหมาจ่ายพร้อม “มีเพื่อนเดินทาง” (An Escorted Tour) หมายถึง บุคลากรของบริษัท ธุรกิจนำเที่ยวที่เดินทางไปพร้อมกับกลุ่มทัวร์ในลักษณะของการเป็นหัวหน้าทัวร์

4.2 การจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่มีกำหนดการนำเที่ยวตั้งแต่ออกเดินทางจนถึงการเดินทางกลับที่แน่นอน มีเส้นทางเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ระยะเวลาเดินทาง โดยบริษัทอาจจ้ดโปรแกรมท่องเที่ยวไว้หลากหลาย อาจเป็น 3 วัน 5 วัน 7 วัน 10 วัน 15 วัน มีให้เลือกหลายรูปแบบ

4.3 การจ้ดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้กับหน่วยงานหรือพนักงานของหน่วยงาน เพื่อเป็นโบนัส รางวัล หรือ ค่าตอบแทนในความสำเร็จให้กับบุคคล เป็นการ

ให้รางวัลที่สามารถทำธุรกิจการค้าหรือยอดขายได้ตามเป้าที่กำหนด เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้พนักงานเกิดความขยัน

4.4 การจัดทำเที่ยวแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour) เป็นการจัดทำเที่ยวแบบเช่าเหมาลำ ซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายโดยเฉพาะการจัดทำเที่ยวระหว่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวจะเช่าเหมาลำเครื่องบินเพื่อรับนักท่องเที่ยวจากจุดหมายปลายทางหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางหนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวจะต้องมีปริมาณที่มากพอที่จะเช่าเหมาลำเครื่องบินได้

5. การจัดทำเที่ยวตามวัตถุประสงค์

- ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน ค่ายทหาร แหล่งประวัติศาสตร์
- Honeymoon Travel
- ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติ
- ท่องเที่ยวถ่ายภาพ
- ท่องเที่ยวเดินชม
- ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
- Religion Travel เทศกาลตรุษจีน , การไปนครเมกกะ , ทัวร์ธรรมะ
- การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism)
- การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการขายสู่พื้นที่ (Agent Educational Trip : AET) คล้ายกับ

Familiarization Trip (FAM Trip)

- การท่องเที่ยวทางวิทยาศาสตร์ : ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา ท้องฟ้าจำลอง
- ท่องเที่ยวเพื่อเล่นหรือชมการแข่งขันกีฬา Sport Tourism
- Shopping Tourism
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (Agro Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism)
- Home Stay Tourism
- การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism)
- การท่องเที่ยวดำน้ำ (Diving Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา (Education Tourism)
- การท่องเที่ยวในรูปแบบฟาร์ม (Farm Tourism) 20
- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) Spa Tourism
- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism)
- การท่องเที่ยวในชนบท (Rural Tourism)
- การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)
- การท่องเที่ยวทางอวกาศ (Space Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Litho Tourism)
- Trekking Tourism
- การท่องเที่ยวทางน้ำที่ใช้เรือแคนู (Sea Canoe Tourism)
- การท่องเที่ยวแบบล่องแพ (Jungle Raft Tourism)

- การท่องเที่ยวแบบล่องไพร (Safari Tourism)
 - Dark Tourism
6. การจัดนำเที่ยวตามลักษณะช่วงเวลา
- การจัดนำเที่ยวครึ่งวัน (Half Day Tour)
 - การจัดนำเที่ยวเต็มวัน (One Day Tour)
 - การจัดนำเที่ยวมากกว่า 1 วัน (Tour Around)
7. การท่องเที่ยวพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ
- เที่ยวชมเมือง (City Tour)
 - เที่ยวทัศนศึกษาแบบเช้าไปเย็นกลับ (Sightseeing Tour or Excursion Tour)
 - เที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี (Night Tour)
 - เที่ยวช้อปปิ้ง (Shopping Tour)

2.4 บริบทเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ (Guide)

2.4.1 ความหมายมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 หมายถึง ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และจากการประชุมนานาชาติของสหราชอาณาจักรอังกฤษ ค.ศ 2003 ครั้งที่ 10 โดยสหพันธ์มัคคุเทศก์โลกให้ความหมายว่า คนที่สามารถใช้วิธีสื่อสารในเรื่องราวของวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติของแหล่งพื้นที่นั้น ๆ และควรได้รับการอบรมจากหน่วยงานที่ได้รับการรับรองและคุณสมบัติที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน

1) คุณสมบัติของมัคคุเทศก์

(1) มีสัญชาติไทย

(2) มีอายุไม่ต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ในวันยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์

(3) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขามัคคุเทศก์หรือสาขา

การท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์หรือสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาในสาขามัคคุเทศก์หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ไม่น้อยกว่าที่คณะกรรมการกำหนดหรือได้รับวุฒิปัตร์ หรือหนังสือรับรองว่าได้ผ่านการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ตามหลักสูตรที่คณะกรรมการกำหนด

ใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์มีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออกใบอนุญาตและอาจต่ออายุได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง



ภาพที่ 3 คุณสมบัติของมัคคุเทศก์

ที่มา : <https://www.dot.go.th/news/inform/detail/7220>

2) ประเภทมัคคุเทศก์

(1) ประเภทมัคคุเทศก์ทั่วไป สำหรับมัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวครอบคลุมในทุกสาขา และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ทั่วราชอาณาจักร

(2) ประเภทมัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค สำหรับมัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวเฉพาะภายในภูมิภาคที่กำหนดในใบอนุญาต และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้เฉพาะภายในภูมิภาคที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น

(3) ประเภทมัคคุเทศก์ท้องถิ่น สำหรับมัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวเฉพาะภายในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหรือชุมชนที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตามมาตรา ๑๒ (๔) และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้เฉพาะภายในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหรือชุมชนตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น



ภาพที่ 4 ประเภทมัคคุเทศก์

ที่มา : <https://www.dot.go.th/news/inform/detail/7220>

3) สถิติจำนวนมัคคุเทศก์ทั่วประเทศ

จำนวนมัคคุเทศก์ทั่วประเทศ	
ประเภท	จำนวน
ทั่วไป (ต่างประเทศ)	52
เฉพาะ (ต่างประเทศ-เฉพาะพื้นที่)	16
เฉพาะ (ทะเลชายฝั่ง)	1
ทั่วไป	37,636
มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาคภาคเหนือ	2,539
มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาคภาคกลาง	7,530
มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	113
มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาคภาคใต้	5,262
ท้องถิ่น	193
รวม	53,342

ตารางที่ 3 สถิติจำนวนมัคคุเทศก์ทั่วประเทศ

ที่มา : https://datacatalog.dot.go.th/dataset/dataset_22_01

2.4.2 บทบาทหน้าที่และความสำคัญของมัคคุเทศก์

(1) บทบาทหน้าที่ของมัคคุเทศก์ โดยมัคคุเทศก์จะต้องดึงความสามารถของตนในแต่ละบทบาทออกมาใช้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ดังนี้ (อ้างอิงจาก พรพิสุทธิ ภมรศิริตระกูล, 2561)

1) บทบาทนักจิตวิทยา เพื่อเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวตามวัย เพศ ฐานะ พื้นความรู้ อาชีพ ฯลฯ ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน และใช้เทคนิคการพูดเพิ่มเติม เช่น รู้ว่าควรพูดอย่างไรให้น่าสนใจ พูดอย่างไรไม่ให้เหมือนออกคำสั่ง หรือเลือกวิธีการพูดให้เหมาะสมกับบริบทข้างต้นของนักท่องเที่ยว

2) บทบาทนักวิชาการหรือนักวิชาการมัคคุเทศก์ เป็นผู้นำเอาความรู้ต่าง ๆ จากตำรา หนังสือ ที่นักเขียน นักวิชาการได้เขียนรวบรวม เรียบเรียงไว้ รวมถึงประสบการณ์ที่ผ่านมามีอธิบายให้นักท่องเที่ยวฟัง

3) บทบาทนักแสดงหรือนักนันทนาการ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศในการนำเที่ยวให้เกิดความสนุก ความบันเทิง ความมีชีวิตชีวา รวมถึงการนำความสามารถเฉพาะตัวของตนเสริมสร้างความประทับใจ เช่น การเล่นดนตรี ร้องเพลง แสดงมายากล รวมทั้งการเล่นเกมนต่าง ๆ

4) บทบาทนักการทูต เพื่ออธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศไทยหรือท้องถิ่นของตนให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบอย่างน่าสนใจและเกิดความรู้สึกที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญของการของมรดก ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในประเทศ ซึ่งเปรียบเสมือนการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ดีของประเทศ

5) บทบาทนักบริหาร กล่าวคือ ในการปฏิบัติงานต้องเป็นผู้ประสานงาน อำนวยความสะดวกให้กับทุกฝ่าย รวมถึงการบริหารคนซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวโดยการใช้ปิยวาจา มีวาจान่าเชื่อถือ และการจัดสรรเวลาให้มีประสิทธิผลสูงสุดต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6) บทบาทนักบริการ เป็นบทบาทที่ช่วยส่งเสริมให้มัคคุเทศก์ได้มีโอกาสเข้าไปใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ช่วยสร้างมนุษยสัมพันธ์และเรียนรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี โดยต้องมีจิตบริการ ความอาสา เป็นผู้ช่วยเหลือให้บริการนักท่องเที่ยวโดยที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องร้องขอ เช่น ช่วยขนสัมภาระ ถ่ายรูป หรืออื่น ๆ เพื่อสร้างความประทับใจและให้การปฏิบัติงานในภาพรวมประสบความสำเร็จและเกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย

(2) ความสำคัญของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนภาคส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พรพิสุทธิ์ ภูมิศิริตระกูล, 2561) ใน 4 ประการใหญ่ ๆ คือ 1) ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2) ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว 3) ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว และ 4) ความสำคัญต่อประเทศชาติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเป็นเสมือน ตัวกลาง ระหว่างบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งจะประทับใจบริษัท มากน้อยเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับมัคคุเทศก์ ดังนั้น การจัดหาคัดสรรคัดเลือกมัคคุเทศก์ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ ต้องใส่ใจดูแลให้ความสำคัญ มัคคุเทศก์ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่ไม่สะดวกในการเดินทางให้เตรียมตัว และตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้น ดังนั้น ประเภทจึงเปรียบเสมือน กลไกที่ขับเคลื่อน ในการมีส่วนร่วม ที่ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2) ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

2.1 มัคคุเทศก์เป็นผู้เข้าใจ มีความชำนาญ และมีความรู้ รวมทั้งประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ สามารถที่จะพานำชมจุดสำคัญต่าง ๆ โดยไม่ขาดตกบกพร่อง

2.2 มัคคุเทศก์เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว หากมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำทางย่อมส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว เต็มไปด้วยอรรถรสของการเดินทางและเกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำและประทับใจ

2.3 มัคคุเทศก์เป็นผู้ช่วยดำเนินการ เรื่องของเวลาในการเดินทางให้มีความเหมาะสมในการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากมีประสบการณ์ จึงสามารถจัดการเรื่องเวลาได้อย่างมืออาชีพ ทำให้ไม่พลาดในการเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ

2.4 มัคคุเทศก์ เป็นผู้ช่วยดำเนินการ อำนวยความสะดวกในทุกเรื่องตลอดการเดินทาง เช่นบริการอาหารเครื่องดื่ม การคันกระเป่า การลงทะเลเปียนเข้าพัก ฯลฯ และประสานงานตามสถานที่ต่าง ๆ ในการเข้าชม ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเดินทาง

2.5 มัคคุเทศก์เป็นผู้ช่วยดำเนินการอำนวยความสะดวก ในการดูแลรักษาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดินทาง โดยจะเป็นผู้คอยดักเตือน แนะนำ เพื่อระวังหลีกเลี่ยงอันตรายต่าง ๆ และคอยปฐมพยาบาลได้ทันเวลา เนื่องจากมัคคุเทศก์จะได้รับการฝึกฝนอบรมมาเป็นอย่างดี

2.6 นักท่องเที่ยว จะเพลิดเพลินกับการท่องเที่ยว เนื่องจากมัคคุเทศก์ช่วยดำเนินกิจกรรมนันทนาการแบบต่าง ๆ ในระหว่างเดินทาง

2.7 มัคคุเทศก์เป็นผู้ช่วยในการเดินทาง ช่วยให้การเดินทางเป็นเรื่องง่ายและเดินทางราบรื่น

3) ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยการเป็นแบบอย่างที่ดีในการประพฤติปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

4) ความสำคัญต่อประเทศชาติ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีระหว่างประเทศ อันดีต่อประเทศ ผ่านการทำงานมัคคุเทศก์ ให้รับรู้ถึงประเพณีวัฒนธรรม และคุณค่าเอกลักษณ์ความเป็นไทย นอกจากนี้ยังเป็นเหมือนตัวกลางระหว่างบริษัทนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวซึ่งจะประทับใจบริษัทมากขึ้นเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว

2.4.3 จรรยาบรรณในวิชาชีพมัคคุเทศก์

จรรยาบรรณ คือกลไกช่วย ในการควบคุมความประพฤติ ให้มีมาตรฐานในการทำงาน รักษา ระดับมาตรฐาน และจริยธรรม ของผู้ประกอบการวิชาชีพและช่วยลดปัญหาการเอาเปรียบ เอาเปรียบลดการ เห็นแก่ตัว การทุจริต จรรยาบรรณจึงช่วยสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้มีคุณธรรม ให้กับผู้ประกอบการวิชาชีพ ให้เป็นไปตามทำนองของธรรม สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพได้กำหนดให้มัคคุเทศก์ ต้องมีจรรยาบรรณของวิชาชีพ ตามความในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 หมวดที่ 3 ข้อ 11 ได้กำหนดไว้ว่า มัคคุเทศก์ต้องไม่กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง อันนำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง เกียรติยศ และจรรยาบรรณ แห่งวิชาชีพ ภายหลังสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ ได้กำหนดจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ เพื่อให้มีความเหมาะสม ต่อสถานภาพและในบทบาทซึ่งมีความสำคัญต่ออาชีพมัคคุเทศก์ ซึ่งต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติที่พึงประสงค์ 8 ข้อ ดังต่อไปนี้

- 1) เติบโตทางศาสนา พระมหากษัตริย์ด้วยความบริสุทธิ์ใจ
- 2) เลื่อมใสในการปกครองระบอบประชาธิปไตย
- 3) ยึดมั่นในศาสนาของตน เคารพและไม่ควรลบหลู่ดูหมิ่น ต่อศาสนาอื่น มีความ ตั้งใจ และรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อความเสียสละ และอุทิศเวลาของตนโดยคำนึงถึง คุณประโยชน์ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ จะละทิ้งหรือทอดทิ้งหน้าที่ การงานมิได้
- 4) รักษาชื่อเสียง ของตน ในการปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และ ไม่สวยงามประโยชน์ โดยมิชอบ หรือปฏิบัติตน อันเป็นการฝ่าฝืน ศีลธรรมอันดี หรือเป็นการเสื่อมเสียต่อ ศักดิ์ศรีและเกียรติคุณ ของวิชาชีพมัคคุเทศก์
- 5) พึงมีทัศนคติที่ดี พัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ คุณวุฒิ คุณธรรม และทักษะใน การปฏิบัติงานในวิชาชีพมัคคุเทศก์
- 6) พึงเป็นต้นแบบในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- 7) ถือเคารพ ปฏิบัติตามคำสั่ง แบบแผน กฎระเบียบ ขนบธรรมเนียมประเพณี อันดี งานของสถานที่นั้น ๆ รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อระเบียบของทางราชการ
- 8) ประพฤติปฏิบัติตนด้วยความสุภาพ ปราศจากอคติ ต่อผู้ร่วมวิชาชีพ อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

2.5 บริบทเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency)

2.5.1 สมรรถนะ (Competency)

สมรรถนะ (Competency) คือ การแสดงออกในเชิงพฤติกรรม เพื่อทำงานให้ประสบ ผลสำเร็จ ซึ่งมาจากการมีความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะ (Attributes) และ นำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ในงานต่าง ๆ ที่ตนรับผิดชอบ Competency มีที่มาจาก David C. McClelland จาก มหาวิทยาลัย Harvard ผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีเรื่อง People's "need for achievement" ซึ่งเขามองว่าเรื่อง IQ และ Personality Tests นั้น ยังไม่เพียงพอที่จะวัดผลศักยภาพของบุคคลในการเป็นเครื่องยืนยันว่า คนนั้น ๆ สามารถทำงานหรืออาชีพนั้นได้อย่างประสบความสำเร็จ David C. McClelland จึงพัฒนา เรื่อง Competency Model ออกมาเพื่อสามารถ "Predict Success on Tasks" และมีการพัฒนาแนวคิด

และวิธีการเข้าถึง Competency ออกมา เช่น วิธี Behavioral Event Interview ที่มีวิธีการถามผู้สมัคร เกี่ยวกับการรับมือในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ โดยผู้สัมภาษณ์ จะถามเป็นปลายเปิดโดยไม่ชี้้นำคำตอบแต่อย่างใด จากนั้นจึงนำคำตอบมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบผู้สมัคร แต่ละคนว่า ใครคือคนที่มีแนวโน้มจะตรงกับสมรรถนะของตำแหน่งงานนั้น ๆ มากที่สุด

2.5.2 ความแตกต่างของ สมรรถนะ (Competency) กับทักษะ (Skill)
สมรรถนะ (Competency) กับทักษะ (Skill) มีข้อแตกต่างกัน ดังนี้



ภาพที่ 5 Competency คืออะไร ต่างจาก Skill หรือ ทักษะอย่างไร ?

ที่มา : www.pwg.co.th

โดยสรุป Competency (สมรรถนะ) และ Skill (ทักษะ) เมื่อแยกแยะออกมาในมิติต่าง ๆ แล้วมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือ Competency จะเป็นสิ่งที่ “แสดงออก” ไม่ใช่เพียง “มีความรู้” หรือ “มีทักษะ” เท่านั้น และจะแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างไร เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จ เช่น เรื่อง Problem-Solving Competency การที่พนักงานสอบแล้วเขียนคำตอบเรื่องการแก้ไขปัญหาในองค์กรตามทฤษฎีได้ถูกต้องนั้น ไม่ได้หมายถึงพนักงานคนนั้นมี Problem-Solving Competency เสมอไป แต่หากสามารถ “แสดงออก” ถึงการแก้ไขสถานการณ์ที่ “เกิดขึ้นจริง” หรือ “ที่เคยเกิดขึ้น” มาได้นั้น จึงถือว่ามี Problem-Solving Competency อย่างแท้จริงนั่นเอง

2.6 ลักษณะของนักท่องเที่ยวปี 2567

จำแนกได้ 7 ประเภท ตามการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์สำคัญทั่วโลกและการเปลี่ยนแปลงของสังคมและค่านิยม (Tourist Trend 2024 ,2566) โดยสรุป ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคม (Digital travelers who are socially connected) ผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชำนาญ ด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก พวกเขาจะพึ่งพาการใช้สมาร์ตโฟนและ Application ท่องเที่ยวในการวางแผนการเดินทาง การค้นหาจุดหมาย

ปลายทางใหม่ ๆ และบันทึกประสบการณ์ของพวกเขาด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality : AR) และความจริงเสมือน (Virtual Reality : VR) แม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนจำกัดแต่ในอนาคตกลุ่มนักท่องเที่ยวดิจิทัล ผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคมจะใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบการเดินทาง รวมทั้งวางแผนการจองตั๋วเครื่องบินและที่พักเพื่อความสะดวกในการจัดการ โดยร้อยละ 40 ของกลุ่มนักเดินทางในอนาคตจะใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการค้นหาที่พักที่เหมาะสมในการเดินทางของพวกเขา ธุรกิจการท่องเที่ยวและการเดินทางถือเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่จะถูกดิจิทัลเข้ามาแทนที่ (Digital Disruptive) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ยังเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบและให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อทางสังคมซึ่งพวกเขาจะแบ่งปันประสบการณ์ การเดินทางของตนเองลงบนแพลตฟอร์ม Social Media หรือสื่อสังคม อาทิ Facebook พวกเขาจะขอคำแนะนำจากเพื่อนฝูง และใช้การรีวิวออนไลน์เพื่อการตัดสินใจในการเดินทาง

2) นักท่องเที่ยวซึ่งเน้นถึงความยั่งยืน (Sustainability-conscious travellers) การตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ถือเป็นสิ่งสำคัญของแนวคิดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยพวกเขาให้ความสำคัญกับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การขนส่งที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน และประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เน้นการอนุรักษ์และสวัสดิภาพสัตว์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะคำนึงถึงความยั่งยืน โดยมีความคิดที่เชื่อมโยงกัน 3 อย่างคือ 1.ประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่น 2. การลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และ 3. การมีส่วนร่วมทางสังคม

3) นักท่องเที่ยวผู้แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ (Immersive travellers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่เพียงแต่สนใจเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้นแต่ต้องการประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ โดยพวกเขาต้องการแสวงหาโอกาสในการเชื่อมต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ลองรับประทานอาหารต้นตำรับเข้าร่วมกิจกรรมแบบลงมือปฏิบัติและมีปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญกับผู้ที่อยู่อาศัยในท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเน้นประสบการณ์ในการเข้าถึงสถานที่เฉพาะจังหวัดหรือประเทศ โดยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีความหมายกับประวัติศาสตร์ คน วัฒนธรรมอาหาร และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ๆ ในเชิงกิจกรรมและเชิงความหมาย

4) นักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบการผจญภัย (Adventure enthusiastic travellers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินป่า ขี่จักรยาน กีฬาทางน้ำและการสำรวจจุดหมายปลายทางนอกเส้นทางท่องเที่ยวแบบเดิม การท่องเที่ยวผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

5) นักท่องเที่ยวผู้เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Health and wellness travellers) ภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับจุดหมายปลายทางและที่พักที่เสนอโปรแกรมสุขภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสปา และกิจกรรมกลางแจ้ง ที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของร่างกายและจิตใจ โดยตลาดการท่องเที่ยวด้านสุขภาพได้รับความนิยม และมีการแข่งขันค่อนข้างสูงโดยเฉพาะในทวีปเอเชีย อาทิ ประเทศไทย จีน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินเดียและเกาะฮอว์กิง

6) นักท่องเที่ยวที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ (Resilient travellers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เรียนรู้ที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เพราะเขามีความยืดหยุ่นมากขึ้นในแผนการเดินทางรวมถึงมีความเต็มใจที่จะปรับเปลี่ยนกำหนดการและเปิดรับการเปลี่ยนแปลงในนาทีสุดท้ายอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหรือข้อจำกัดในการเดินทาง

7) นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial travellers) ปัจจุบันนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่จะมาจากทุกกลุ่มที่มีความแตกต่าง ด้านอายุและภูมิภาค กลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่จะพูดถึงคือ กลุ่ม Millennium คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี 2523 - 2543 ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวเนื่องจากความชอบในประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและความสนใจในเรื่องความยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ที่ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ พร้อมทั้งจะเปิดรับการผจญภัยและประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบตีความ เพิ่มมากขึ้น โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียม มีแนวโน้มแบ่งเป็น 4 แบบคือ

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะเน้นการแสวงหาอิสรภาพและความยืดหยุ่นว่าเขามองว่าการเดินทาง เป็นโอกาสอันล้ำค่าในการค้นพบโลกและตัวตนของพวกเขา มักจะนิยมสร้างประสบการณ์ในการเดินทาง ที่ไม่เหมือนใครของตัวเองมากกว่าประสบการณ์แบบเดิม ๆ ซึ่งพวกเขามีแนวโน้มที่จะวางแผนเส้นทางการเดินทางด้วยตนเองและเดินทางโดยอิสระมากกว่าที่จะอาศัยคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยวคือเข้าร่วมทัวร์ Package หรือการเดินทางแบบกลุ่ม

2. การท่องเที่ยวนอกเส้นทาง (Off-the-beaten-track-Tourism) หมายถึงนักท่องเที่ยวเหล่านี้ จะหลีกเลี่ยงจุดหมายปลายทาง ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่น แต่จะเน้นไปที่เที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีคณน้อยเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง

3. การเลือกพักผ่อนแบบทางเลือก (Alternative Accommodation) หมายถึง รูปแบบที่พักประเภทใดก็ตามที่ไม่ใช่โรงแรมแบบดั้งเดิม เช่น บ้านพักตากอากาศ โฮสเทล เกสเฮ้าส์ โฮมสเตย์ โดยจะเน้นที่ที่พักที่มีพื้นที่และความเป็นส่วนตัวมากขึ้น สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงมีโอกาสเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่น

4. ดิจิทัลเต็มรูปแบบ (Fully Digital Tourism) เนื่องจากพวกเขาเติบโต ในยุคของอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและออนไลน์อยู่เสมอ โดยในโลกของการท่องเที่ยว พวกเขาจะออกแบบการเดินทางทั้งหมด ผ่านระบบดิจิทัลและมีมือถือ ซึ่งพวกเขาทำทุกขั้นตอนในการเดินทางบนสมาร์ทโฟนของตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะหาแรงบันดาลใจจากการอ่านบล็อกการท่องเที่ยว โดยวางแผนการเดินทางตามเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้รีวิวของลูกค้า และเว็บไซต์การท่องเที่ยวและจองเที่ยวบินที่พกบน Application การจอง และ Agency ท่องเที่ยวออนไลน์ รวมถึงการสำรวจเส้นทางการเดินทางในจุดหมายปลายทางด้วยความช่วยเหลือของสมาร์ทโฟน และ Application การท่องเที่ยว สุดท้ายพวกเขาจะแบ่งปันประสบการณ์ ลงบนสื่อสังคมเพื่อจุดประกายแรงบันดาลใจในการเดินทางในหมู่เพื่อน ๆ ต่อไป

2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริยา ตันติวราชัยและอนุชิต จันทรโรชัย (2560) ได้ศึกษา คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการบุคลากรที่พึงประสงค์ในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีคุณธรรม จริยธรรม มีบุคลิกภาพในการปฏิบัติงาน มีทักษะด้านปัญญาและความสามารถที่ได้รับมอบหมาย ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และความรู้ความสามารถทางด้านวิชาการ ตามลำดับ

ชฎานันท์ ไสกรระจ่าง (2558) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรในบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม 2) ศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรต่อประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม และ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในด้านการสร้างนวัตกรรม การดำเนินงานเชิงรุก การกล้าเผชิญความเสี่ยง การสร้างธุรกิจใหม่และการปรับองค์กรใหม่และความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการสร้างนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกสูงสุดรองลงมา คือ การปรับองค์กรใหม่นำไปสู่แนวทางในการพัฒนา

ประสิทธิผลให้แก่บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ 2 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการเสริมสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) และ 2) การพัฒนาประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการปรับองค์การใหม่ (Self-Renewal)

ธนัญญ์ โชคปริดาพานิช (2558) ได้ศึกษา แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะพื้นฐานอาชีพผู้นำเที่ยวไทยที่สอดคล้องตามความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะของผู้นำเที่ยวที่อุตสาหกรรมเห็นว่ามีความจำเป็นเร่งด่วนประกอบไปด้วย 6 สมรรถนะ คือ 1) สมรรถนะด้านความรู้และความสามารถเกี่ยวกับประเทศที่นำเที่ยวและความรู้ทั่วไป 2) สมรรถนะด้านการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย 3) สมรรถนะด้านการใช้ภาษาและการสื่อสาร 4) สมรรถนะด้านการบริการและจิตสาธารณะ 5) สมรรถนะด้านจรรยาบรรณ จริยธรรม และความซื่อสัตย์ 6) สมรรถนะด้านการจัดการ

ผลการประเมินความต้องการจำเป็นสำหรับผู้นำเที่ยว พบว่า ผู้นำเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาทุกสมรรถนะ โดยมีค่าความสำคัญต่อช่องว่างการพัฒนา (Gap) พบว่ามีสมรรถนะที่มีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาของสมรรถนะพื้นฐานอาชีพผู้นำเที่ยวไทยที่สอดคล้องตามความต้องการของอุตสาหกรรมใน 6 ด้าน ตามลำดับ ดังนี้ ด้านที่ 1 สมรรถนะด้านการจัดการ ด้านที่ 2 สมรรถนะด้านจรรยาบรรณ จริยธรรม และความซื่อสัตย์ ด้านที่ 3 สมรรถนะด้านการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย และด้านที่ 4 สมรรถนะด้านความรู้และความสามารถเกี่ยวกับประเทศที่นำเที่ยวและความรู้ทั่วไป ลำดับรองลงมาในการพัฒนาอีก 2 ด้าน คือ ด้านที่ 5 สมรรถนะด้านการบริการและจิตสาธารณะ และด้านที่ 6 สมรรถนะด้านการใช้ภาษาและการสื่อสาร

นิสา เฝียดียงพันธ์พงศ์ (2558) ได้ศึกษา การปรับตัวเชิงการบริหารของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศคู่ค้าอาเซียน (ASEAN+3) คือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระดับที่สูง มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยเป้าหมายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

สภาพการบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรบุคคลให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ต้องมีความอดทน มีประสบการณ์ และพูดภาษาต่างประเทศได้ ด้านงบประมาณ ต้องการเงินเพื่อใช้ในการลงทุนในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านเครื่องมือที่ใช้สำหรับทำการตลาด มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้อยู่เสมอเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและด้านการจัดการ มีการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การประเมินแผน และการปรับปรุงแผน ซึ่งผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดตามมาตรฐานวิชาชีพทางการท่องเที่ยว มีการวางตำแหน่งตามมาตรฐานของบริษัททัวร์ และการติดตามสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวพัฒนาฝึกอบรมด้านการบริการแก่พนักงาน

การปรับตัวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริษัท สินค้าทางการท่องเที่ยว การสรรหา รักษาและพัฒนาพนักงานให้อยู่กับองค์กรเพื่อรองรับการแข่งขันเมื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการปรับแผนโครงสร้างทางการตลาด การบริหารจัดการ การรวบรวมกลุ่ม การทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องเรียนรู้ เตรียมพร้อมให้มากขึ้น ผู้ประกอบการต้องเข้าใจและเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว เน้นฝึกอบรมบุคลากรให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในระดับสากล การได้รับความร่วมมือสนับสนุนในการบริหารจัดการของภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว

พรพิสุทธิ์ ภมรศิริตระกูล (2561) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่พึงประสงค์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ด้านคุณค่าและแนวคิดของตนเอง ด้านลักษณะเฉพาะตน ด้านบทบาทของตนเอง ด้านทักษะ และด้านคุณค่าทางสังคม ที่ส่งผลต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถนำมาเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะมัคคุเทศก์ที่พึงประสงค์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 แนวทาง ได้แก่ แนวทางที่ 1 การเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกมัคคุเทศก์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวทางที่ 2 มุ่งเน้นการยกระดับความรู้ของมัคคุเทศก์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวทางที่ 3 การเสริมสร้างบทบาทคุณลักษณะที่ดีของมัคคุเทศก์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวทางที่ 4 การพัฒนาทักษะของมัคคุเทศก์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางที่ 5 การส่งเสริมความเข้าใจระหว่างมัคคุเทศก์และพื้นที่ท่องเที่ยวต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าจะสามารถนำไปประยุกต์เป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และดำเนินการภายใต้ความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายพัฒนาร่วมกัน นอกจากนี้พบว่า ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการใช้ความรู้เชิงสร้างสรรค์ ที่ไม่ส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะมัคคุเทศก์ที่พึงประสงค์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศนั้น มัคคุเทศก์ควรให้ความสำคัญกับสมรรถนะในแต่ละด้านในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของตนเอง เพื่อส่งมอบการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ (2562) ได้ศึกษา การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า หลักสูตรในการพัฒนาทุนมนุษย์ทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ในประเทศไทย คือ 3A's 1M ที่ประกอบไปด้วยทัศนคติในการทำงาน การใส่ใจลูกค้า การแสดงออก และการเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นหลักสูตรพื้นฐานก่อนที่จะเข้ารับการพัฒนาในด้านอื่น อาทิ หลักสูตรการทำอาหาร หลักสูตรการจัดการภูมิทัศน์ หลักสูตรสปาและการนวด หลักสูตรของสถาบันการศึกษา หลักสูตรของสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ โดยดำเนินการจัดตั้ง Virtual Tourism Academy เพื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายการพัฒนาทุนมนุษย์ อาทิ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพและสำนักงานพัฒนามาตรฐานและทดสอบฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ตลอดจน กระทรวงสาธารณสุข เมื่อแรงงานผ่านการประเมินผลการฝึกอบรม Virtual Tourism Academy ได้ พัฒนาระบบตลาดแรงงาน (Job Market System) โดยใช้เทคโนโลยีระบบตำแหน่ง (Local Based System) เพื่อเชื่อมโยงให้แรงงานสามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับศูนย์วิจัยอนาคตศึกษาฟิวเจอร์เทลส์ แล็บ ภายใต้บริษัท แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (MQDC) ได้ศึกษารายงาน การคาดการณ์อนาคตประเทศไทยปี พ.ศ. 2573 (Futures and Beyond: Navigating Thailand toward 2030) เพื่อฉายภาพอนาคตการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยในอีก 10 ปี ข้างหน้า โดยวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน (Current Situations) สัญญาณการเปลี่ยนแปลง (Signals of Change) ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ (Drivers of Change) และฉากทัศน์ในอนาคต (Scenarios) โดยจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน (Current Situations) คือ เหตุการณ์หรือแนวโน้มที่ก่อตัวและเกิดขึ้น โดยกำลังจะสร้าง ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต ประกอบด้วย

1) Artificial & Robots Co-workers ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์กำลังเปลี่ยนแปลงรูปแบบงานที่มีอยู่ในปัจจุบัน และเพิ่มคุณภาพให้กับงานบางอย่างในอนาคต หลายอาชีพจะสูญหายไป จำนวนงานของมนุษย์ที่สามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์นั้นจะแตกต่างจากปัจจุบันถึงร้อยละ 50-70 โดยเมื่อระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และแรงงานมนุษย์ มีการทำงานร่วมกันจะก่อให้เกิดทีมและผลลัพธ์การทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) AI in Knowledge Work ระบบการทำงานที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) จะเปลี่ยนแปลงการทำงานในสาขาและวิชาชีพที่เน้นด้านความรู้อย่างมาก เช่น การเงิน การแพทย์ ความเป็นผู้นำ กฎหมาย เป็นต้น โดย AI จะช่วยเสริมการทำงานของผู้เชี่ยวชาญและระบบปฏิบัติการให้มีความแม่นยำ เพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วให้มากยิ่งขึ้น

3) 6G Network ภาควิทยาศาสตร์ต่าง ๆ ทั่วโลกได้เริ่มพัฒนาเครือข่าย 6G มีการคาดการณ์ว่า 6G จะมีความเร็วกว่า 5G 8,000 เท่า โดยความเร็วของเครือข่าย 6G สามารถเปิดใช้งานแอปพลิเคชันเทคโนโลยีใหม่ ๆ และปฏิวัติวงการได้ทั้งหมด สามารถเร่งการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) ได้อย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งเปิดใช้งานอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ส่งผลกระทบต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) Ethics of AI ความก้าวหน้าในปัญญาประดิษฐ์ (AI) ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีและจริยธรรมรูปแบบใหม่ที่ได้รับ ความสนใจเพิ่มขึ้น ในอนาคตจะเกิดการ ถกเถียงประเด็นทางศีลธรรมและการออกกฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนา และการใช้ AI จะกลายเป็นประเด็นที่ถูกกล่าวถึงอย่างมากในอนาคต

5) Exoskeletons ชุดโครงร่างภายนอกที่ใช้พลังงานเป็นเครื่องจักรที่สวมใส่ได้ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันมากมาย แม้การประดิษฐ์จะยังอยู่ในระหว่างการพัฒนา แต่อุปกรณ์นี้จะส่งผลกระทบต่อเพิ่มประสิทธิภาพทางกายภาพต่อการทำงานอย่างมาก

6) Remote Work การทำงานออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้า ทำให้รูปแบบการทำงานแบบเดิมเปลี่ยนไป หลายอาชีพสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเข้าสำนักงาน การทำงาน มีความยืดหยุ่นมากขึ้น แต่ไม่ใช่ทุกอาชีพที่จะต้องทำงานจากระยะไกล งานบางอย่างยังมีความจำเป็นต้องเข้าสำนักงาน

7) Flexible Working Hours ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น ช่วยให้พนักงานสามารถเริ่มต้นและสิ้นสุดวันทำงานได้เมื่อต้องการ ทำให้พนักงานสามารถเข้ามาทำงานได้เร็วหรือช้ากว่าเวลาที่กำหนด ช่วยให้สามารถจัดตารางการทำงานในช่วงเวลาที่ เหมาะกับตนเองเพื่อทำงานให้สำเร็จมากขึ้น นายจ้างก็สามารถเลือกรับ พนักงานได้หลากหลายมากขึ้น แม้จะเป็นผู้ที่มีภาระผูกพัน

8) Valuing Free Time การให้คุณค่ากับเวลาว่างมากกว่าการเติบโตในสายอาชีพอย่างรวดเร็วหรือการเพิ่มเงินเดือนทำให้พนักงานมีการเลือกวิถีชีวิตการทำงานและการดำเนินชีวิตประเภทต่าง ๆ เพื่อสร้างสมดุลชีวิตการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้น องค์กรที่ต้องการได้รับฐานพนักงานที่มีแรงบันดาลใจและมุ่งมั่น จำเป็นต้องเพิ่มการลงทุนในความหมายและความยืดหยุ่นในการทำงาน

9) Young Retirees คนรุ่นใหม่จำนวนมากตั้งเป้าที่จะเกษียณตั้งแต่อายุยังน้อย แทนที่จะประกอบอาชีพที่ประสบความสำเร็จ พวกเขาพยายามสะสมเงินออมให้ เพียงพอเพื่อให้มีอิสระทางการเงินไปตลอดชีวิตงานหรือการจ้างงาน ไม่ได้เป็นส่วนสำคัญของชีวิต และไม่ถือว่าการสะสมความมั่งคั่งอย่างต่อเนื่องหรือการปรับปรุงทรัพย์สินทางวัตถุเป็นปัจจัยหลักของความสุข

10) Reskill and Upskill เมื่อเทคโนโลยีและโลกดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไป ทำให้อาชีพต่าง ๆ ต้องปรับตัว องค์กรส่วนใหญ่มีการใช้นโยบายการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะใหม่ที่จำเป็นต่ออนาคตให้พนักงานสามารถนำความสามารถของพวกเขาไปใช้ต่อยอดในงานได้

11) STEM Careers อาชีพด้าน STEM เป็นอาชีพที่พนักงานใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม หรือคณิตศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจว่าโลกทำงานอย่างไรและแก้ปัญหาอย่างไร งาน STEM เป็นงานที่ต้องการในปัจจุบันและจะเป็นงานที่ต้องการในอนาคตที่จะมีบทบาทสำคัญต่อวิธีการทำงานของโลกและการพัฒนาเศรษฐกิจ

12) Non-Degree Jobs การทำงานโดยไม่จำเป็นต้องใช้ใบประกาศนียบัตรการจบการศึกษา องค์กร มุ่งเน้นการพิจารณาการคัดเลือกเข้าทำงานจากทักษะและความสามารถที่มี และตรงกับความต้องการของงานในตำแหน่งนั้น โดยองค์กรจะทดสอบ ระดับความสามารถของทักษะต่าง ๆ เพื่อใช้ในการคัดเลือกรับเข้าทำงาน

13) Swarm Work งานรวมกลุ่มหมายถึงการแบ่งงานออกเป็นงานเล็ก ๆ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือผ่านแพลตฟอร์มสำหรับผู้รับเหมาช่วงจำนวนมากที่ผู้สร้างงานอาจไม่รู้ตัว Micro- และ Macro-tasking เป็นพื้นที่ของงานรวมกลุ่มและการระดมทุน ซึ่งอ้างอิงขอบเขตและข้อกำหนดของงาน (Project-Based Hiring) องค์กรจำนวนมากต้องการทีมทำงานสำหรับโครงการด่วนของลูกค้าโดยเฉพาะ เนื่องจากพนักงานที่มีอยู่ในองค์กรไม่มีชุดทักษะหรือเวลาที่ต้องการในการ ดำเนินโครงการเฉพาะ สิ่งนี้ทำให้เกิดความจำเป็นในการจ้างงานรายโครงการ

14) Gig Economy ระบบเศรษฐกิจแบบงานชั่วคราวและงานพาร์ทไทม์ ตลอดจนงานอิสระ หรือสัญญาตามโครงการจะกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาของตลาดแรงงาน นายจ้างมีเป้าหมายที่จะลดจำนวนสัญญาแบบถาวรให้น้อยที่สุดด้วยเหตุผลทางการเงิน พนักงานเองก็เต็มใจที่จะพิจารณาสัญญามากขึ้นด้วยความยืดหยุ่นที่เพิ่มขึ้น

15) Multipotentialite ผู้ที่มีความสามารถพิเศษมากมายซึ่งสามารถสร้างอาชีพที่ยอดเยี่ยมให้กับบุคคลนั้นได้ ความสามารถทางปัญญาขั้นสูงและความกระตือรือร้น ทำให้คนกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความสามารถพิเศษในหลายด้าน สิ่งนี้ทำให้พวกเขามีทางเลือกมากมายสำหรับอาชีพในอนาคต แต่ในทางกลับกัน ก็ทำให้เกิดความกดดันอย่างมากที่จะพยายามตัดสินใจด้านการเลือกอาชีพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคตใช้กระบวนการและวิธีการศึกษาด้วยวิธีการคาดการณ์อนาคต (Foresight) เพื่อให้ทราบทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google Forms) สำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย สถานประกอบการตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจนำเที่ยวถูกต้องตามกฎหมายใน 17 จังหวัดภาคเหนือ จำนวน 136 แห่ง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) สถานประกอบการรายย่อย (ลูกจ้างน้อยกว่า 5 คน) จำนวน 94 แห่ง 2) สถานประกอบการขนาดย่อม (ลูกจ้างน้อยกว่า 30 คน) จำนวน 41 แห่ง และสถานประกอบการขนาดกลาง (ลูกจ้างน้อยกว่า 100 คน) จำนวน 1 แห่ง และสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน 17 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา และนำข้อมูลที่ได้มาจัดการประชุมสัมมนากลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group) โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้แทนจากสมาคมสื่อมวลชนเพื่อการท่องเที่ยว ผู้แทนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานลำปาง ผู้แทนจากสมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง และผู้แทนจากบริษัท ฟาร์มสุขทัวร์ จำกัด จากนั้นผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการประชุมสัมมนากลุ่มย่อยที่ผู้เชี่ยวชาญมีฉันทามติร่วมกันและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยเรียงเชิงคุณภาพในรูปแบบพรรณนา โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

1. การกำหนดกรอบการศึกษา
2. การกวาดสัญญาณสถานการณ์ปัจจุบัน (Horizon Scanning)
3. การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม
4. การประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group)
5. การทบทวนและการจัดทำรายงาน

โดยในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

3.1 การกำหนดกรอบการศึกษา

คณะผู้ศึกษาร่วมประชุมหารือ เพื่อกำหนดกรอบและขอบเขตการวิเคราะห์ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ขอบเขตเนื้อหาของการวิจัยไม่กว้างและแคบเกินไป โดยได้ผลลัพธ์เป็นกรอบการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ โดยศึกษาในประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย ความสำคัญหรือเหตุผลที่เลือกศึกษา ปัจจัยและแนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยหรือแนวโน้ม ตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้น ตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไป สมรรถนะที่อุตสาหกรรมต้องการ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ขอบเขตปัจจัยรายล้อม ขอบเขตเนื้อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักจะอยู่ภายใต้กรอบปัจจัย STEEPV ของหลักการวิจัยเรื่องอนาคตศึกษาที่ประกอบด้วยด้านสังคม (Social) เทคโนโลยี (Technological) สิ่งแวดล้อม (Environmental) เศรษฐกิจ (Economic) การเมือง (Political) และคุณค่า (Values)

ขอบเขตประชากร ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาผ่านมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทในภาคเหนือ โดยใช้แนวคิดการมองอนาคต (Foresight)

เป็นแนวทางในการศึกษา ด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group) ดังนั้น การเลือกประชากรในการศึกษาจึงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ จะทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) จากกรอบประชากรสถานประกอบการตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจนำเที่ยวถูกต้องตามกฎหมายใน 17 จังหวัดภาคเหนือ และกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรม ที่ให้ความคิดเห็น มุมมอง และร่วมกันให้ฉันทามติเกี่ยวกับอนาคตของตลาดแรงงาน ภายใต้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามในเชิงปริมาณ ดังนั้น การเลือกประชากรในกลุ่มนี้จึงไม่มีการสุ่มตัวอย่างแบบตัวแทนประชากร แต่จะเลือกวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขอบเขตเชิงพื้นที่ ดำเนินการศึกษาในพื้นที่ 17 จังหวัดภาคเหนือ

ขอบเขตด้านเวลา 1) ขอบเขตเวลาในการมองอนาคตการศึกษาภาพอนาคตของทิศทางตลาดแรงงานไทย กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ อาศัยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ โดยมุ่งเน้นการมองอนาคตดังกล่าวในระยะสั้น (3-5 ปี) ระยะกลาง (6-10 ปี) และระยะยาว (11-20 ปี) 2) ขอบเขตด้านเวลาที่ทำการศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต กรณีศึกษาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนธันวาคม 2566 – เดือนกรกฎาคม 2567

3.2 การกวาดสัญญาณสถานการณ์ปัจจุบัน (Horizon Scanning)

การกวาดสัญญาณมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุและวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในระดับต่าง ๆ ที่น่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงของอาชีพและทักษะในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติต่าง ๆ จากสถานประกอบการตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจนำเที่ยวถูกต้องตามกฎหมายใน 17 จังหวัดภาคเหนือ

3.2.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ดำเนินการดังนี้

1) การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) เพื่อสร้างฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และให้เห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ โดยมีประเด็นทบทวนที่สำคัญคือ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ตำแหน่งงานและสมรรถนะที่จะเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ประกอบด้วยสถาบันวิจัยและสถาบันการศึกษา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อทำความเข้าใจมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม รวมทั้งอาชีพและทักษะที่เปลี่ยนแปลงไปในอุตสาหกรรม

3.3 การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมที่ศึกษา จะพิจารณาจากตัวแทนของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้แทนสมาคมสื่อมวลชนเพื่อการท่องเที่ยว ผู้แทน

สถาบันการศึกษา ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.4 การประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group)

คณะผู้ศึกษาดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group) โดยนำเสนอสรุปผลข้อมูลเชิงปริมาณตามแบบสอบถามที่เก็บ ได้จากกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องร่วมกันเสนอความคิดเห็นและร่วมกันให้ฉันทามติเกี่ยวกับอนาคตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ 6 ประเด็น ดังนี้

- 1) พิจารณาแนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม
- 2) พิจารณาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม
- 3) พิจารณาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการในอนาคต
- 4) พิจารณาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่จะลดความต้องการหรือสูญหายไปในอนาคต
- 5) พิจารณาสมรรถนะที่ต้องการจากแรงงาน
- 6) พิจารณาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.5 การทบทวนและจัดทำรายงาน

การทบทวนผลการศึกษาและการจัดทำรายงาน ดำเนินการโดยการนำเสนอ ผลการศึกษาทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคตในเวทีสาธารณะ ซึ่งจัดในรูปแบบการสัมมนาวิชาการประจำปี 2567 ของกรมการจัดหางาน โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนมาให้ความเห็นและข้อเสนอแนะ คณะผู้ศึกษาได้นำความเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ดังกล่าว มาทบทวนและปรับปรุงผลงานการศึกษาทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ให้มีความสมบูรณ์เพื่อจัดทำรายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์และเผยแพร่ต่อสาธารณชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ต่อไป

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ผู้ศึกษาขอเสนอ 1) แนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม 2) การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม 3) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการในอนาคต 4) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในอนาคต 5) สมรรถนะที่ต้องการจากแรงงาน และ 6) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.1 แนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม พบว่า

4.1.1 แนวโน้มด้านสังคม (Social) ได้แก่

1) การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและการขยายตัวของเมือง ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของสังคมผู้สูงอายุ การมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจด้วยตัวเองมากกว่าการเป็นลูกจ้าง การกระจายความเจริญของเมืองจากเมืองศูนย์กลางออกไปยังเมืองอื่น ๆ

2) คุณลักษณะของแรงงาน ประกอบด้วย ทักษะในการทำงานของแรงงานและความต้องการของผู้ประกอบการที่ไม่ตรงกัน

4.1.2 แนวโน้มด้านเทคโนโลยี (Technological) ได้แก่

1) การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (อุตสาหกรรม 4.0) เทคโนโลยี (เช่น ความเสมือนเสริมสำหรับการออกแบบและการทดลองสวมใส่ การผลิตด้วยการพิมพ์ 3 มิติ วิทยาการหุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ และการเรียนรู้เครื่องจักรสำหรับการขนส่ง การบรรจุ และการจัดจำหน่าย) เป็นปัจจัยเร่งด่วนและสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ ประกอบด้วย การเกิดเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) การสร้างแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism Destination) และการนำ Smart Technology เข้ามาใช้ในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย เทคโนโลยี QR Code การถ่ายภาพแบบ Bird eye view (มุมมองเปรียบเสมือนสายตานก) การสร้างภาพ Before และ After ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อดิจิทัล

2) การแปลงเป็นดิจิทัล (การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้น) ประกอบด้วย การนำอุปกรณ์เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าให้เป็นระบบ (Customer Data Management)

4.1.3 แนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economic) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการค้าและการลงทุนทั่วโลก ประกอบด้วย สหประชาชาติเชิงใหม่เพิ่มความถี่และขยายเส้นทางการบินระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น การเกิดภาวะสงครามระดับโลก ความผันผวนของค่าเงิน

4.1.4 แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ได้แก่

1) ข้อกังวลด้านสาธารณสุข (เช่น โรคระบาด) เป็นปัจจัยเร่งด่วนและสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ ประกอบด้วย การเกิดโรคระบาด ความสะอาดและมาตรการความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว

2) ข้อกังวลด้านการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม ปัญหาการเผาป่าและการเกิดไฟป่า ปัญหาคุณภาพอากาศจาก PM2.5

4.1.5 แนวโน้มด้านการเมือง (Political) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านนิติบัญญัติ กฎหมายหรือกฎระเบียบ ประกอบด้วย ประกาศคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เรื่อง การทดสอบความรู้ความสามารถในการขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อกำหนดในการขอใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ การยกเลิกกฎระเบียบการเดินทางเข้าประเทศสำหรับชาวต่างชาติและประชาชนชาวจีน มาตรการวีซ่าฟรี มาตรการการกระตุ้นให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.1.6 แนวโน้มด้านคุณค่า (Values) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของลูกค้า เป็นปัจจัยเร่งด่วนและสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ ประกอบด้วย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) มากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่น้อยลง และกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในทุกปี เช่น กระแสนูรักษ์สิ่งแวดล้อม กระแสรักสุขภาพ และนักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจและวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.2 การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม พบว่า

4.2.1 ความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพของบริการ ได้แก่

- 1) ธุรกิจมีการปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยว
- 2) การปรับเปลี่ยนกระบวนการบริการให้เป็นการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมุ่งเน้นความยั่งยืนมากขึ้น
- 3) การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- 4) การเปลี่ยนโปรแกรมนำเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังคงมีความสนใจใช้บริการตัวแทนบริษัทนำเที่ยว เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสัมมนาศึกษาดูงาน

4.2.2 ความจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพ ผลิตภาพ ความสามารถในการแข่งขัน ลดค่าใช้จ่าย ได้แก่

- 1) การปรับลดขนาดสถานประกอบการลง
- 2) การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐที่สนับสนุนภาคการท่องเที่ยว เช่น โครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อเป็นเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพและศักยภาพให้กับสถานประกอบการ
- 3) การจ้างงานแรงงานในพื้นที่มากกว่าแรงงานจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ต้องจ่ายให้กับแรงงาน

4.2.3 ความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีใหม่หรือซื้ออุปกรณ์ใหม่ และฝึกทักษะใหม่ให้กับแรงงาน ได้แก่

- 1) การนำเทคโนโลยี AI เข้ามาช่วยทำงาน
- 2) การนำเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองระหว่างลูกค้าและพนักงานในรูปแบบ Real-Time เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น LINE Facebook Website
- 3) การฝึกทักษะใหม่เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีให้กับแรงงาน
- 4) การสร้างความตระหนักถึงการพัฒนาทักษะให้กับแรงงานเพื่อเท่าทันและสามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีได้

4.2.4 ความจำเป็นต้องกระจายความเสี่ยงของฐานลูกค้า ขยายสู่ตลาดอื่นหรือเปลี่ยนส่วนแบ่งตลาด ได้แก่

- 1) การเพิ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก
- 2) การทำงานร่วมกันระหว่างตัวแทนบริษัทนำเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อผลักดันเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชน

4.2.5 ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานหรือกระจายความเสี่ยงด้านซัพพลายเออร์ ได้แก่ การทำงานร่วมกันของเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งมอบการบริการให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น การทำงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรมที่พักในจังหวัด

4.2.6 ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างหรือจัดระเบียบกระบวนการทำงานภายในหรือโครงสร้างขององค์กร ได้แก่

- 1) การปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจมาเป็นการจ้างงานคนในครอบครัว
- 2) มุ่งเน้นการจ้างแรงงานที่มีทักษะการทำงานได้หลากหลายหน้าที่
- 3) การรวมหลาย ๆ หน้าที่ไว้ด้วยกัน เพื่อคงเหลือตำแหน่งงานที่มีความจำเป็นเท่านั้น

4.2.7 การจ้างแรงงานให้มีความเหมาะสม ได้แก่

- 1) การลดจำนวนแรงงานที่ทำงานรูปแบบประจำ (Full Time) โดยเฉพาะแรงงานภายในสำนักงาน เช่น ผู้จัดการทั่วไป พนักงานบัญชี พนักงานธุรการ
- 2) การจ้างงานในรูปแบบ Freelance/Contact/Outsource เพิ่มขึ้น เช่น การจ้างมัคคุเทศก์เมื่อมีโปรแกรมการท่องเที่ยว การจ้างนักร้องแบบกราฟิกเพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

4.3 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการในอนาคต

คาดว่าจะมีความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้นในระยะสั้น (3-5 ปี) ระยะกลาง (6-10 ปี) และระยะยาว (11-20 ปี) ดังนี้

4.3.1 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะสั้น (3-5 ปี) ได้แก่

1) มัคคุเทศก์ เป็นตำแหน่งงานที่มีความต้องการในทุกช่วงระยะเวลา เนื่องจากหัวใจสำคัญของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว คือการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปตามเส้นทางที่กำหนด การนำเสนอความรู้ของสถานที่ท่องเที่ยว และการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง

2) พนักงานบริการ ประกอบด้วย พนักงานบริการที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษและมัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน, ฝรั่งเศส, สเปน, เกาหลี, ญี่ปุ่น, โปรตุเกส) มีหน้าที่บริการทั้งในด้านการนำเที่ยว การประสานงาน การดูแลนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง เนื่องจากทักษะการมีหัวใจในการให้บริการ (Service Mind) และทักษะด้านภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแรงงานในภาคการท่องเที่ยว พนักงานบริการที่สามารถสื่อสารด้านภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 จะสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายประเทศ จึงถือว่าเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ

3) พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัล ประกอบด้วย พนักงาน Sale Online, นักการตลาดออนไลน์, Video Editor, พนักงาน Graphic Design, อินฟลูเอนเซอร์ด้านการท่องเที่ยว (Travel Influencer), ผู้เชี่ยวชาญทางเทคโนโลยี (Information Technology) เนื่องจากการเข้ามาของเทคโนโลยีในทุกรูปแบบจะส่งผลในเชิงบวกต่อการประกอบธุรกิจ พนักงานด้านเทคโนโลยีจึงมีความจำเป็นอย่างมากเพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในเรื่องความทันสมัยได้

4) พนักงานที่มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย (Multitasking) เนื่องจากการปรับลดขนาดของสถานประกอบการลงในหลายแห่ง และความต้องการแรงงานที่มีคุณภาพมากขึ้น พนักงานที่สามารถทำงานได้หลายหน้าที่ เช่น สามารถทำงานได้ทั้งการนำเที่ยว การสร้างโปรแกรมทัวร์ การทำบัญชีและการเงิน การตลาดออนไลน์ จึงเป็นแรงงานที่สถานประกอบการมีความต้องการมากที่สุด

5) นักร้องแบบการเดินทาง ประกอบด้วย นักร้องแบบการท่องเที่ยวด้านความยั่งยืน (Sustainable Tourism Stylist), นักร้องแบบเส้นทางท่องเที่ยว (Routing), นักร้องแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น (Local Travel Experiences Stylist) จะเป็นตำแหน่งที่มีความเชี่ยวชาญเส้นทางในพื้นที่ต่าง ๆ ของโปรแกรมนำเที่ยว ที่สามารถออกแบบการเดินทางที่มุ่งเน้นอัตลักษณ์และความโดดเด่นของสถานที่นั้น ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

6) Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ) การจ้างงานในรูปแบบไม่ประจำเป็นความต้องการของตลาดแรงงานในทุกช่วงระยะเวลาและมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นมัคคุเทศก์ นักการตลาดออนไลน์ พนักงานออกแบบสื่อโฆษณา เนื่องจากการทำงานที่มีอิสระสามารถทำงานนอกสถานที่ได้ทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานมีคุณภาพ และเป็นการลดต้นทุนการจ้างงานขององค์กร

4.3.2 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะกลาง (6-10 ปี) ได้แก่

1) มัคคุเทศก์ เป็นตำแหน่งงานที่มีความต้องการในทุกช่วงระยะเวลา เนื่องจากหัวใจสำคัญของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว คือการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปตามเส้นทางที่กำหนด การนำเสนอความรู้ของสถานที่ท่องเที่ยว และการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง

2) พนักงานบริการ ประกอบด้วย พนักงานบริการที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษและมัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน, ฝรั่งเศส, สเปน, เกาหลี, ญี่ปุ่น, โปรตุเกส) มีหน้าที่บริการทั้งในด้านการนำเที่ยว การประสานงาน การดูแลนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง เนื่องจากทักษะการมีหัวใจในการให้บริการ (Service Mind) และทักษะด้านภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแรงงานในภาคการท่องเที่ยว พนักงานบริการที่สามารถสื่อสารด้านภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 จะสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายประเทศ จึงถือว่าเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สามารถทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นได้ เช่น การสร้างแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism Destination) ใหม่ ๆ ให้กับบริษัท การจัดการฐานข้อมูล Data การใช้เทคโนโลยี QR Code เข้ามาช่วยในการทำงาน เพื่อลดการใช้เอกสารกระดาษ

4) Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ) การจ้างงานในรูปแบบไม่ประจำเป็นความต้องการของตลาดแรงงานในทุกช่วงระยะเวลาและมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นมัคคุเทศก์ นักการตลาดออนไลน์ พนักงานออกแบบสื่อโฆษณา เนื่องจากการทำงานที่มีอิสระสามารถทำได้นอกสถานที่ได้ทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานมีคุณภาพ และเป็นการลดต้นทุนการจ้างงานขององค์กร

4.3.3 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะยาว (11-20 ปี) ได้แก่

1) เจ้าของธุรกิจ คือบุคคลที่เข้าใจการทำงานภายในองค์กรมากที่สุด และเป็นคนที่กำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ของการทำงาน รวมไปถึงมีความเชี่ยวชาญในการทำงานที่หลากหลายหน้าที่ซึ่งในช่วงระยะยาวตำแหน่งนี้จึงมีความต้องการเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเจ้าของธุรกิจสามารถดำเนินการภายในองค์กรได้อย่างคุณภาพและสามารถลดต้นทุนการจ้างงานแรงงานลงได้

2) มัคคุเทศก์ เป็นตำแหน่งงานที่มีความต้องการในทุกช่วงระยะเวลา เนื่องจากหัวใจสำคัญของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว คือการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปตามเส้นทางที่กำหนด การนำเสนอความรู้ของสถานที่ท่องเที่ยว และการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง

3) พนักงานบริการ ประกอบด้วย พนักงานบริการที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษและมัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน, ฝรั่งเศส, สเปน, เกาหลี, ญี่ปุ่น, โปรตุเกส) มีหน้าที่บริการทั้งในด้านการนำเที่ยว การประสานงาน การดูแลนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง เนื่องจากทักษะการมีหัวใจในการให้บริการ (Service Mind) และทักษะด้านภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแรงงานในภาคการท่องเที่ยว พนักงานบริการที่สามารถสื่อสารด้านภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 จะสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายประเทศ จึงถือว่าเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ

4) Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ) การจ้างงานในรูปแบบไม่ประจำเป็นความต้องการของตลาดแรงงานในทุกช่วงระยะเวลาและมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น

มีคู่แข่ง นักการตลาดออนไลน์ พนักงานออกแบบสื่อโฆษณา เนื่องจากการทำงานที่มีอิสระสามารถทำได้นอกสถานที่ได้ทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานมีคุณภาพ และเป็นการลดต้นทุนการจ้างงานขององค์กร

4.4 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในอนาคต

คาดว่าจะมีตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในระยะสั้น (3-5 ปี) ระยะกลาง (6-10 ปี) และระยะยาว (11-20 ปี) ดังนี้

4.4.1 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในระยะสั้น (3-5 ปี) ได้แก่

1) ผู้จัดการทั่วไป / ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ตำแหน่งนี้ยังคงมีการจ้างงานแต่จะลดน้อยลง เนื่องจากการประกอบธุรกิจในยุคปัจจุบัน สถานประกอบการมีการลดขนาดลงและมีความต้องการแรงงานที่สามารถทำงานได้หลากหลาย โดยจะมุ่งเน้นการจ้างงานแรงงานที่มีคุณภาพมากขึ้นและจำนวนในการจ้างงานจะลดน้อยลง ดังนั้น แรงงานที่ทำงานเกี่ยวกับเอกสารหรือการประสานงานจะเริ่มลดลง

2) ผู้จัดการฝ่ายตัว การเข้ามาของเทคโนโลยีที่มีความสะดวกและรวดเร็วในการทำงาน ทำให้การจองตั๋วโปรแกรมทัวร์ ตัวเครื่องบิน ตัวโรงแรม นักท่องเที่ยวสามารถดำเนินการด้วยตนเองผ่านทางสื่อดิจิทัลโดยไม่ต้องผ่านคนกลาง

3) ผู้จัดการแผนกทัวร์หมู่คณะ เนื่องจากการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลง (Transform) ให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เที่ยวด้วยตัวเอง (Free Individual Traveler : FIT) มากขึ้น ขณะเดียวกันกลุ่มที่เป็นหมู่คณะก็ยังคงมีอยู่แต่อาจอยู่ในรูปกลุ่มบริษัทที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการให้บริการกับนักธุรกิจไมซ์ (MICE) ที่เดินทางมาประชุม สัมมนา (Destination Management Company : DMC) ดังนั้นคนทำงานในกลุ่มตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) อาจจะต้องมีการปรับตัวโดยต้องมีทักษะความรู้ในเรื่องการเจรจาธุรกิจหรือการประชุมสัมมนาเพื่อเปลี่ยนแปลงตัวเองให้สามารถทำงานกับกลุ่ม DMC ได้

4) พนักงานหรือตัวแทนขาย (Agent) ที่เป็นตัวแทนของบริษัทสำหรับการขายโปรแกรมทัวร์ในบางพื้นที่ และติดตามความพึงพอใจในการนำเที่ยวจากนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะเป็น Feedback และนำข้อมูลมาพัฒนาบริษัทต่อไป แต่ในปัจจุบันการทำงานส่วนนี้สามารถนำสื่อออนไลน์และเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น Website , Google Forms เข้ามาช่วยในการทำงานแทนแรงงานคนได้ และเพื่อเป็นการลดการใช้เอกสารกระดาษ

4.4.2 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในระยะกลาง (6-10 ปี) ได้แก่

1) ผู้ดูแลระบบหรือเลขานุการ เนื่องจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง Website Line และการทำงานผ่านแบบฟอร์มของ Google พนักงานทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงข้อมูลในส่วนนี้ได้ และการจ้างงานจะเหลือเพียงพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัลเพียงหนึ่งคนเท่านั้น

2) พนักงานขายโฆษณา ตำแหน่งงานด้านนี้อาจจะลดลง เนื่องจากบริษัทสามารถทำการตลาดขายโฆษณาโปรแกรมนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องจ้างแรงงานเพื่อขายโฆษณา

3) ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน การจัดการข้อมูลทั้งในด้านบัญชีและการเงิน สามารถจัดการฐานข้อมูลในส่วนนี้โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อความถูกต้องแม่นยำและตรวจสอบได้

4.4.3 อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไปในระยะยาว (11-20 ปี) ได้แก่

1) ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด เจ้าของธุรกิจหรือพนักงานที่สามารถทำงานได้หลากหลายหน้าที่และมีอายุงานหลายปี จะมีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการขายการตลาด รวมไปถึง

การมีฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการมากกว่าแรงงานที่เข้ามาสมัครใหม่ ดังนั้น ตำแหน่งนี้อาจจะหายไปเพราะบุคคลในองค์กรสามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง

4.5 สมรรถนะที่ต้องการจากแรงงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) พบว่า สมรรถนะที่ต้องการจากแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ Soft Skills และ Hard Skills ดังนี้

4.5.1 ทักษะด้าน Soft Skills ได้แก่

- 1) ทักษะในการสื่อสาร สื่อสารการท่องเที่ยวให้ลูกค้าประทับใจ การเป็นผู้ฟังที่ดี
- 2) ทักษะการบริการลูกค้า ความเห็นอกเห็นใจ การเอาใจใส่ในรายละเอียด
- 3) ทักษะการทำงานเป็นทีม, ทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 4) ทักษะการจัดการ (การจัดระเบียบ การวางแผน และกำหนดเวลางานและกิจกรรม

การดูแลบุคลากร การจัดสรรและการควบคุมทรัพยากร ความเป็นผู้นำและการตัดสินใจ)

- 5) ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (มีทักษะมากกว่า 1 อย่าง)
- 6) ทักษะการปรับตัว (อดทนต่อแรงกดดัน ปรับตัวง่าย เข้าใจสถานการณ์)

4.5.2 ทักษะด้าน Hard Skills ได้แก่

- 1) ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ, จีน, ฝรั่งเศส, สเปน, เกาหลี, ญี่ปุ่น, โปรตุเกส)
- 2) ทักษะความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- 3) ทักษะด้านดิจิทัล (การประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล การใช้เครื่องมือดิจิทัล

ในการควบคุมเครื่องจักร การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำงานร่วมกัน การสร้างเนื้อหาและการแก้ปัญหา การเขียนโปรแกรม การตั้งค่า การปกป้องระบบคอมพิวเตอร์ และความเข้าใจในด้านการขายออนไลน์ Booking)

4) ทักษะด้านสารสนเทศ (เช่น การวิเคราะห์และประเมินข้อมูล การติดตาม การตรวจสอบและการทดสอบ การจัดทำเอกสารและการบันทึกข้อมูล)

5) ทักษะการขายและการตลาด (สามารถใช้ช่องทางการโฆษณาผ่าน Social Media ทุกช่องทาง)

- 6) ความรู้เกี่ยวกับการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี/สถานที่ท่องเที่ยว (ข้อควรปฏิบัติ หรือห้ามปฏิบัติ)
- 7) ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐานด้านสุขอนามัย
- 8) ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย
- 9) ความรู้เกี่ยวกับระบบการจองที่พัก และการจัดการระบบห้องพัก Allotment เปิดปิดห้อง
- 10) ความรู้เกี่ยวกับระบบการจองเที่ยวบิน/สายการบิน
- 11) ความรู้ด้านเมนูอาหาร

4.6. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.6.1 ควรพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะแรงงานในตัวแทนบริษัทนำเที่ยว โดยเน้นการ Up Skill และ Reskill และการจัดการอบรมให้กับอาชีพมัคคุเทศก์ทุก ๆ ปี เพื่อการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีมีคุณภาพ เช่น การเพิ่มทักษะของมัคคุเทศก์ที่ควรมีเพื่อให้ทันต่อยุคสมัย คือทักษะด้าน Soft Skills ได้แก่ ทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะความเป็น Content Creator และทักษะความเป็นนักเล่าเรื่อง (Storytelling) และทักษะด้าน Hard Skills ได้แก่ ทักษะในด้านนวัตกรรม

4.6.2 ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมสนับสนุนอาชีพมัคคุเทศก์ (ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญให้คงอยู่คู่การท่องเที่ยวและลดการขาดแคลนในตำแหน่งนี้) โดยการแก้ไขกฎระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการขอใบอนุญาตหรือขอต่ออายุใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์

4.6.3 ภาครัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไทย ควรให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวให้เข้มแข็ง โดยการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

4.6.4 การปรับหลักสูตรทางการศึกษาทุก ๆ 5 ปี เป็นการปรับหลักสูตรให้มีความทันสมัยและเพื่อให้ นักศึกษามีองค์ความรู้ และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในแต่ละช่วงเวลา ที่เปลี่ยนแปลงไป

4.6.5 ภาครัฐควรส่งเสริมและปลูกฝังให้มีการกำหนดหลักสูตรเป็นภาคบังคับที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไปทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างน้อยในท้องถิ่นของตน ให้แก่นักเรียน เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มเหล่านี้

4.6.6 ภาครัฐควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมสื่อกลางด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้แก่แรงงานในภาคการท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อ 2) ศึกษาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้น 3) ศึกษาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือหายไป และ 4) ศึกษาสมรรถนะที่ต้องการจากแรงงานและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คือ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนผลิตและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต รวมทั้งใช้ในการแนะแนวการศึกษาต่อ และการประกอบอาชีพให้กับนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงาน 2) เจ้าหน้าที่ด้านการวิเคราะห์วิจัยสามารถพัฒนาผลงานการวิจัยด้านตลาดแรงงานให้มีคุณภาพเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ของกรมการจัดหางาน 3) กรมการจัดหางานมีฐานข้อมูลการศึกษาวิจัยด้านตลาดแรงงานเพิ่มขึ้น

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการคาดการณ์อนาคต (Foresight) เป็นแนวทางในการศึกษาโดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดกรอบการศึกษา
2. การกวาดสัญญาณสถานการณ์ปัจจุบัน (Horizon Scanning)
3. การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม
4. การประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group)
5. การทบทวนและการจัดทำรายงาน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจ นำเที่ยวถูกต้องตามกฎหมายในพื้นที่ 17 จังหวัดภาคเหนือ จำนวน 136 แห่ง ตามสัดส่วนการสุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google Forms) โดยมุ่งเน้นการมองอนาคตในระยะสั้น(3-5 ปี) ระยะกลาง (6-10 ปี) และระยะยาว (11-20 ปี) ขอบเขตด้านเวลาที่ทำการศึกษาอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม 2566 - เดือนกรกฎาคม 2567 เมื่อได้ผลการศึกษาเชิงปริมาณแล้วได้นำข้อมูลดังกล่าวไปดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการ (Focus Group) และนำเสนอผลการศึกษาสู่สาธารณะ โดยกองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน ในงานสัมมนาวิชาการประจำปี 2567 ซึ่งผลการศึกษาสารสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 วัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อ จากการศึกษาพบว่า

1) แนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม มีดังนี้

- (1) แนวโน้มด้านสังคม (Social) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและการขยายตัวของเมือง และคุณลักษณะของแรงงาน
- (2) แนวโน้มด้านเทคโนโลยี (Technological) ได้แก่ การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (อุตสาหกรรม 4.0) และการแปลงเป็นดิจิทัล (การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้น)

(3) แนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economic) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการค้าและการลงทุนทั่วโลก

(4) แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ได้แก่ ข้อกังวลด้านสาธารณสุข (เช่น โรคระบาด) และข้อกังวลด้านการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

(5) แนวโน้มด้านการเมือง (Political) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านนิติบัญญัติ กฎหมาย หรือกฎระเบียบ

(6) แนวโน้มด้านคุณค่า (Values) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของลูกค้า

2) การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม จากแนวโน้มข้างต้นทำให้ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ดังนี้

(1) ความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพของบริการ
(2) ความจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพ ผลิตภาพ ความสามารถในการแข่งขัน ลด ค่าใช้จ่าย

(3) ความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีใหม่หรือซื้ออุปกรณ์ใหม่ และฝึกทักษะใหม่ ให้กับแรงงาน

(4) ความจำเป็นต้องกระจายความเสี่ยงของฐานลูกค้า ขยายสู่ตลาดอื่นหรือเปลี่ยนส่วน แบ่งตลาด

(5) ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานหรือกระจายความเสี่ยงด้าน ซัพพลายเออร์

(6) ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างหรือจัดระเบียบกระบวนการทำงานภายใน หรือโครงสร้างขององค์กร

(7) การจ้างแรงงานให้มีความเหมาะสม

5.1.2 วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อศึกษาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้น จากการศึกษา พบว่า อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการเพิ่มขึ้นในระยะสั้น (3-5 ปี) ระยะกลาง (6-10 ปี) และระยะยาว (11-20 ปี) มีดังนี้

1) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะสั้น (3-5ปี) และระยะกลาง (6-10 ปี) ได้แก่

(1) มัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน ฝรั่งเศส สเปน เกาหลี ญี่ปุ่น โปรตุเกส)

(2) พนักงานบริการ (ที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ)

(3) พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัล

(4) พนักงานที่มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย (Multitasking)

(5) นักออกแบบการเดินทาง

(6) Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ)

2) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะยาว (11-20 ปี) ได้แก่

(1) เจ้าของบริษัท

(2) มัคคุเทศก์ภาษาที่ 3 (จีน ฝรั่งเศส สเปน เกาหลี ญี่ปุ่น โปรตุเกส)

(3) พนักงานบริการ (ที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ)

(4) พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัล

(5) พนักงานที่มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย (Multitasking)

(6) นักร้องแบบการเดินทาง

(7) Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ)

5.1.3 วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อศึกษาอาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือจะหายไปจากการศึกษา พบว่า

1) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือจะหายไปในระยะสั้น (3 - 5 ปี) ได้แก่

(1) ผู้จัดการทั่วไป / ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป

(2) ผู้จัดการฝ่ายตัว

(3) ผู้จัดการแผนกทัวร์หมู่คณะ

(4) พนักงานหรือตัวแทนขาย (Agent)

2) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือจะหายไปในระยะกลาง (6 - 10 ปี) ได้แก่

(1) ผู้ดูแลระบบหรือเลขานุการ

(2) พนักงานขายโฆษณา

(3) ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

3) อาชีพหรือตำแหน่งงานที่ต้องการลดลงหรือจะหายไปในระยะยาว (11- 20 ปี)

ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด

5.1.4 วัตถุประสงค์ที่ 4. เพื่อศึกษาสมรรถนะที่ต้องการจากแรงงานและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากการศึกษาพบว่า

1) สมรรถนะที่ต้องการจากแรงงาน แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้าน Soft Skills และด้าน Hard Skills ดังนี้

(1) สมรรถนะด้าน Soft Skills ได้แก่

1. ทักษะในการสื่อสาร สื่อสารการทอ่งเทียวให้ลูกค้าประทับใจ การเป็นผู้ฟังที่ดี

2. ทักษะการบริการลูกค้า, ความเห็นอกเห็นใจ, การเอาใจใส่ในรายละเอียด

3. ทักษะการทำงานเป็นทีม, ทำงานร่วมกับผู้อื่น

4. ทักษะการจัดการ (การจัดระเบียบ การวางแผน และกำหนดเวลางาน

และกิจกรรม การดูแลบุคลากร การจัดสรรและการควบคุมทรัพยากร ความเป็นผู้นำและการตัดสินใจ)

5. ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (มีทักษะมากกว่า 1 อย่าง)

6. ทักษะการปรับตัว (อดทนต่อแรงกดดัน ปรับตัวง่าย เข้าใจสถานการณ์)

(2) สมรรถนะด้าน Hard Skills ได้แก่

1. ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ จีน ฝรั่งเศส สเปน เกาหลี

ญี่ปุ่น โปรตุเกส)

2. ทักษะความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

3. ทักษะด้านดิจิทัล

4. ทักษะด้านสารสนเทศ

5. ทักษะการขายและการตลาด และการเป็น Content Creator

6. ความรู้เกี่ยวกับการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี/สถานที่ท่องเที่ยว(ข้อความปฏิบัติ

หรือห้ามปฏิบัติ)

7. ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐานด้านสุขอนามัย

8. ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย

9. ความรู้เกี่ยวกับระบบการจองที่พัก และการจัดการระบบห้องพัก

10. ความรู้เกี่ยวกับระบบการจองเที่ยวบิน/สายการบิน

11. ความรู้ด้านเมนูอาหาร

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ สามารถอภิปรายผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม คือ แนวโน้มด้านการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (อุตสาหกรรม 4.0) เทคโนโลยี การเกิดเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) การสร้างแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism Destination) และการนำ Smart Technology เข้ามาใช้ในการท่องเที่ยว และแนวโน้มด้านการแปลงเป็นดิจิทัล (การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้น) การนำอุปกรณ์เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ ศูนย์วิจัยอนาคตศึกษา ฟิวเจอร์เทลส แล็บ ภายใต้บริษัท แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (MQDC) ที่ระบุถึงสัญญาณการเปลี่ยนแปลง (Signals of Change) ที่จะสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต คือ AI in Knowledge Work ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์กำลังเปลี่ยนแปลงรูปแบบงานที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพให้กับงานบางอย่างในอนาคต ให้มีความแม่นยำและความรวดเร็วให้มากยิ่งขึ้น และ 6G Network การพัฒนาเครือข่าย 6G มีการคาดการณ์ว่าจะมีความเร็วมากกว่า 5G 8,000 เท่า สามารถเปิดใช้งานแอปพลิเคชันเทคโนโลยีใหม่ ๆ และปฏิวัติวงการได้ทั้งหมด

5.2.2 ผลการศึกษาพบว่า อาชีพหรือตำแหน่งงานที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในระยะสั้น (3-5ปี) และระยะกลาง (6-10 ปี) ได้แก่ พนักงานที่มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย (Multitasking) และ Freelance (ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ) สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ ศูนย์วิจัยอนาคตศึกษา ฟิวเจอร์เทลส แล็บ ภายใต้บริษัท แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (MQDC) ที่ระบุถึงสัญญาณการเปลี่ยนแปลง (Signals of Change) ที่จะสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต คือ Gig Economy ระบบเศรษฐกิจแบบงานชั่วคราวและงานพาร์ทไทม์ ตลอดจนงานอิสระ หรือสัญญาตามโครงการจะกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาของตลาดแรงงาน นายจ้างมีเป้าหมายที่จะลดจำนวนสัญญาแบบถาวรให้น้อยที่สุดด้วยเหตุผลทางการเงิน พนักงานเองก็เต็มใจที่จะพิจารณาสัญญามากขึ้นด้วย ความยืดหยุ่นที่เพิ่มขึ้น และ Multipotentialite ผู้ที่มีความสามารถพิเศษมากมายซึ่งสามารถสร้างอาชีพที่ยอดเยี่ยมให้กับบุคคลนั้นได้ ความสามารถทางปัญญาขั้นสูงและความกระตือรือร้น ทำให้คนกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความสามารถพิเศษในหลายด้าน สิ่งนี้ทำให้พวกเขาเลือกมากมายสำหรับอาชีพในอนาคต

5.2.3 ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม คือ ความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพของบริการ ความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีใหม่หรือซื้ออุปกรณ์ใหม่ และฝึกทักษะใหม่ให้กับแรงงาน ความจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพ ผลผลิตภาพ ความสามารถในการแข่งขัน ลดค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับผลการวิจัยของนิสา เติตยงพันธ์พงศ์ ที่ศึกษาการปรับตัวเชิงการบริหารของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยระบุว่า ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริษัท พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการปรับแผนโครงสร้างทางการตลาด การบริหารจัดการ การทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาฝึกอบรมด้านการบริการแก่พนักงาน

5.2.4 จากผลการศึกษา พบว่า สมรรถนะที่ต้องการและจำเป็นต่ออุตสาหกรรม ประกอบด้วย ทักษะด้าน Soft Skills คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะการบริการลูกค้า ทักษะการทำงานเป็นทีม ความรู้เกี่ยวกับการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี และทักษะด้าน Hard Skills คือ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทักษะด้านดิจิทัล ทักษะด้านสารสนเทศ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จริยา ตันติวรราชย์และอนุชิต จันทโรชัย โดยระบุว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการบุคลากรที่พึงประสงค์ในด้าน ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีคุณธรรม จริยธรรม มีบุคลิกภาพในการปฏิบัติงาน มีทักษะด้านปัญญาและความสามารถที่ได้รับมอบหมาย ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และความรู้ความสามารถทางด้านวิชาการ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธณัฐ โชคปริดาพานิช โดยระบุว่า สมรรถนะของผู้นำเที่ยวที่อุตสาหกรรมเห็นว่ามีความจำเป็นเร่งด่วนประกอบไปด้วย 6 สมรรถนะ คือ สมรรถนะด้านความรู้และความสามารถเกี่ยวกับประเทศที่นำเที่ยว สมรรถนะด้านการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย สมรรถนะด้านการใช้ภาษาและการสื่อสาร สมรรถนะด้านการบริการ และจิตสาธารณะ สมรรถนะด้านจรรยาบรรณ จริยธรรม และสมรรถนะด้านการจัดการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา มีดังนี้

(1) ควรพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะแรงงานในตัวแทนบริษัทนำเที่ยว โดยเน้นการ Up Skill และ Reskill และการจัดการอบรมให้กับอาชีพมัคคุเทศก์ทุก ๆ ปี เพื่อการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีมีคุณภาพ

(2) ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมสนับสนุนอาชีพมัคคุเทศก์ (ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญให้คงอยู่คู่การท่องเที่ยวและลดการขาดแคลนในตำแหน่งนี้) โดยการแก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการขอใบอนุญาตหรือขอต่ออายุใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์

(3) ภาครัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ควรให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวให้เข้มแข็ง โดยการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

(4) การปรับหลักสูตรทางการศึกษาทุก ๆ 5 ปี เป็นการปรับหลักสูตรให้มีความทันสมัย และเพื่อให้ นักศึกษามีองค์ความรู้และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในแต่ละช่วงเวลาเปลี่ยนแปลงไป

(5) ภาครัฐควรส่งเสริมและปลูกฝังให้มีการกำหนดหลักสูตรเป็นภาคบังคับที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไปทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างน้อยในท้องถิ่นของตน ให้แก่นักเรียน เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มเหล่านี้

(6) ภาครัฐควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมสื่อกลางด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้แก่แรงงานในภาคการท่องเที่ยว

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป มีดังนี้

(1) ควรศึกษาวิจัยทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคตในอุตสาหกรรมอื่นที่สำคัญของประเทศให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค เพื่อให้เห็นเป็นภาพรวมของประเทศและเห็นศักยภาพในแต่ละภูมิภาค

(2) การศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคตในอุตสาหกรรมใหม่ที่น่าสนใจและคาดว่าจะป็นรายได้เข้าประเทศ ควรศึกษาให้ครบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อให้เห็นภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนั้นซึ่งจะทำให้มีความชัดเจนในความต้องการแรงงานทั้งห่วงโซ่อุปทาน และประโยชน์ในการเตรียมกำลังคนเข้าสู่อุตสาหกรรมนั้น ๆ และเป็นการลดการขาดแคลนกำลังแรงงานได้อีกทางหนึ่ง

(3) จากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนที่ร่วมอภิปรายและให้ข้อเสนอแนะต่อผลการศึกษาของศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ เรื่อง การศึกษาทิศทางการตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ ในเวทีการสัมมนาวิชาการประจำปี 2567 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2567 ณ ห้องวิภาวดี 2 ชั้น 4 โรงแรมปรีณัฐตันส์ กรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นว่า

ผลการศึกษาในสาขาตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือน่าจะเป็นต้นแบบสำหรับการศึกษาเชิงลึกในเรื่องมัคคุเทศก์ ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ซึ่งมีลักษณะการท่องเที่ยวที่ต่างกันส่งผลต่อความต้องการมัคคุเทศก์ที่ต่างกันตามลักษณะของพื้นที่และควรระบุความต้องการมัคคุเทศก์ให้ชัดเจนว่า ต้องการมัคคุเทศก์ประเภทไหน ใน 3 ประเภท คือ (1) มัคคุเทศก์ทั่วไป (2) มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค และ (3) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งจะสะท้อนถึงการผลิตและพัฒนาแรงงานที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2566). ปี 66 “ธุรกิจท่องเที่ยว” มาแรง ตั้งใหม่ทั้งจำนวน-มูลค่าธุรกิจเพิ่ม 60%. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2567. จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1105732> .
- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). ททท. ประกาศเป้าปี 68 ทัวริสต์ต่างชาติ 39 ล้านคน ไทยเที่ยวไทย 205 ล้านคน-ครั้ง. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2567. จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1135904> .
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). ข้อมูลแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2567. จาก : <https://www.mots.go.th/news/category/703> .
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการค่าใช้จ่ายสำหรับสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2567. จาก : https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=576 .
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว แนวโน้มลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย ในปี 2567. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2567. จาก : <https://www.mots.go.th/news/category/763> .
- จริยา ตันติวราชัยและอนุชิต จันทโรชัย. (2560). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2567. จาก : <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/105799> .
- ชฎานันท์ ไสกระจำง. (2558). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2567. จาก : <https://repository.nida.ac.th/items/3fa43b51-6c5e-4363-b376-8cd29cf2d327> .
- ธนัญญ์ โชคปริดาพานิช. (2558). แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะพื้นฐานอาชีพผู้นำเที่ยวไทยที่สอดคล้องตามความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2567. จาก : <https://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2558/b189693.pdf> .
- ธีระ สิ้นเดชารักษ์และคณะ. (2562). การสำรวจการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2567. จาก : <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/182451> .
- นิตยา เผด็จพันธ์พงศ์. (2558). การปรับตัวเชิงการบริหารของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2567. จาก : http://mdc.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2560/Nisa_Phadiangphanphong/fulltext.pdf .
- บริษัท จี.เอ็ม.ทัวร์แอนด์ทราเวล จำกัด. (2567). บริษัทของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency). สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2567. จาก : <https://th.gmtour.com/th/blog/get-to-know-types-of-travel-agency> .
- พรพิสุทธิ์ ภมรศิริตระกูล. (2561). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ที่พึงประสงค์ต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2567. จาก : <https://repository.nida.ac.th/items/e1941bf0-4c2b-4d27-a84d-0ea059888473> .
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2564). ธุรกิจนำเที่ยวและการจัดนำเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2567. จาก : https://elchm.ssu.ac.th/sasitom_ch/pluginfile.php/44/block_html/content/ .

ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ. (2562). การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทุนมนุษย์
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2567.

จาก : https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:163001 .

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับศูนย์วิจัยอนาคตศึกษา ฟิวเจอร์เทลส แล็บ ภายใต้บริษัท
แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (MQDC). รายงานวิจัยการคาดการณ์อนาคต
ประเทศไทยปี พ.ศ.2573. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2567.

จาก : <https://www.nia.or.th/FuturesandBeyond-Navigating-Thailand-toward-2030> .

ภาคผนวก

รายชื่อผู้แทนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. คุณศิริพร ไกรสุวรรณ
รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก
2. ดร.เจนจิรา ฝั้นเต็ม
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก
3. คุณกัญญาวีร์ ศิริกาญจนารักษ์
ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดอุตรดิตถ์
4. คุณปาไลตา คำปันนา
รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานลำปาง
5. อาจารย์ไพโรจน์ ไชยเมืองชื่น และอาจารย์เพ็ญกานต์ นามวงศ์
อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง
6. คุณวลีย์รัตน์ วิภาศรีนิมิต โสไน
ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดลำปางและนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเมืองเขลางค์
7. อาจารย์เกษณีย์ สัตตรัตน์ขจร
ประธานหลักสูตรวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
8. คุณรุ่งลาวัลย์ จันทร์ยอด
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง
9. ผู้แทนจากธุรกิจนำเที่ยว น่าน เจอร์นี่ จังหวัดน่าน
10. ผู้แทนจากธุรกิจนำเที่ยว ท่าลี่ทราเวล จังหวัดน่าน
11. อาจารย์จงรักษ์ ศรีคำน้อย
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพายัพ
12. อาจารย์นรพรรณ โพธิพิทักษ์
หัวหน้าสาขาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น
13. อาจารย์วรัญญ์คมน์ รัตนะมงคลชัย
อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
14. ผู้แทนจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หลักสูตรการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
15. คุณณัฐกิตต์ เพิ่มศิริรุ่งสิน
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์
16. ผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
17. คุณวิสูตร บัวชุม
ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย
18. ผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา
19. ผู้แทนจากคณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรการท่องเที่ยวและบริการยุคดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ



การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ (ต่อ)



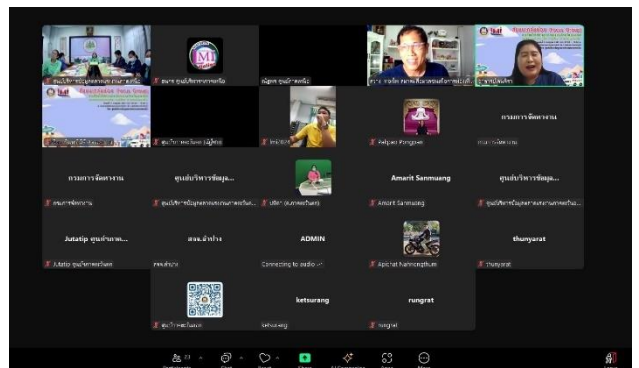
การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ (ต่อ)



การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ (ต่อ)



การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือ

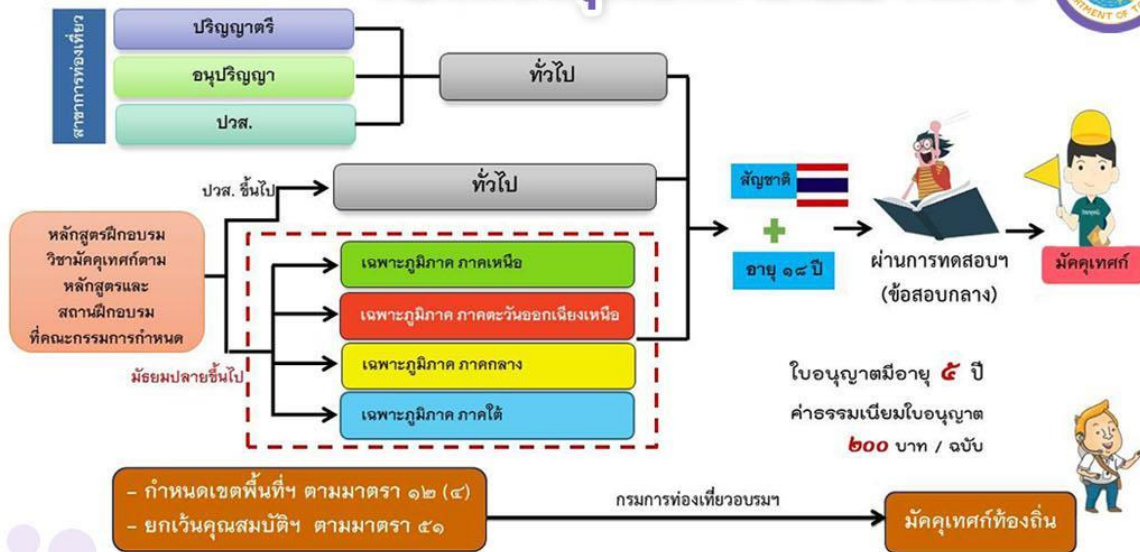


การสัมมนาวิชาการประจำปี 2567 ทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



คุณสมบัติและประเภทของมัคคุเทศก์

เป็นมัคคุเทศก์ได้อย่างไร?



มัคคุเทศก์ทั่วไป

มีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวครอบคลุมในทุกสาขา และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้ทั่วราชอาณาจักร

มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค

มีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวเฉพาะภายในภูมิภาคในใบอนุญาต และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้เฉพาะภายในภูมิภาคตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น



มัคคุเทศก์ท้องถิ่น

มีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวเฉพาะภายในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหรือชุมชน ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตามมาตรา ๑๒(๔) และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้เฉพาะภายในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหรือชุมชนตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น



สถิติการจดทะเบียนมัคคุเทศก์



คณะเจ้าหน้าที่ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ

ว่าที่ร้อยตรีหญิงดร.ณิ จันทร์มล
นักวิชาการแรงงานชำนาญการ รักษาการในตำแหน่ง
หัวหน้าศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ

คณะผู้ศึกษาโครงการศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต

ว่าที่ร้อยตรีหญิงดร.ณิ จันทร์มล	จันทร์มล	นักวิชาการแรงงานชำนาญการ
นางสาวสุดารัตน์	จันทร์สวี่	นักวิชาการแรงงาน (ด้านการวิจัย)
นางสาวคัทธिया	ฟูเจริญสุข	เจ้าพนักงานแรงงาน

ผู้สนับสนุนโครงการศึกษาทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต

นางสาวเปมิกา	ชำระหงษ์	นักวิชาการแรงงานชำนาญการ
นางฮาดิเก๊ะห์	จำปาทอง	เจ้าพนักงานแรงงานชำนาญงาน
นางสาวมณีวรรณ	เสมอใจ	เจ้าพนักงานแรงงานชำนาญงาน
นายธนกร	กาวารี	นักวิชาการแรงงาน
นายณัฐพร	ก่อเกิดวงศ์	เจ้าพนักงานแรงงาน
นางพรนิตา	เทพวงศ์	พนักงานธุรการ ส4
นายจักรกฤษณ์	ชั้นทะพงษ์	พนักงานขับรถยนต์ ส2



**ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ
ศูนย์ราชการ ชั้น 3
ถนนชริราษฎร์ดำเนิน ตำบลพระบาท อำเภอเมือง
จังหวัดลำปาง 52000
โทร. 054 - 265050 / Fax 054 - 265071
www.doe.go.th/nlmi-lp**

