

เอกสารประกอบการสอนวิชา

TIH 2304 หลักการมัดคุเทศก์



ผู้สอน อาจารย์ศศิธร เจตานนท์

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทที่ 1

ระบบการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

นิยาม...อุตสาหกรรม(Industry)...

หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมีระบบการพาณิชย์หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง

- ขนาดใหญ่ ใช้แรงงาน ทุน
- กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีระบบ มี input-process-output

ระบบ (system) หมายถึง กลุ่มของสิ่งซึ่งมีลักษณะประสานเข้าเป็นสิ่งเดียวกันตามหลักแห่งความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันด้วยระเบียบของธรรมชาติ หรือ หลักเหตุผลทางวิชาการ

นิยาม...การท่องเที่ยว...

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (IUOTO: International Union of Official Travel Organization) ให้ความหมายไว้ว่า “การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม แต่ต้องไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้”

UNWTO : องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ที่ประชุม ณ กรุงโรม ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวว่า “กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง 3 ประการคือ

- 1.ต้องมีการเดินทาง
- 2.ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
- 3.ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ”

WTO : World Tourism Organization ได้สรุปความหมายจากที่ประชุมองค์การสหประชาชาติในปี พ.ศ.2506 ณ กรุงโรม ว่าด้วยเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิง รื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ ร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่ถาวร”

ดังนั้น “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” อาจสรุปได้ว่า การจัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและรวมถึงธุรกิจอื่น ๆ ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงาน และการลงทุน ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การควบคุม (controlling) และการตลาด (marketing)

ลักษณะของกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป ดังนี้

ตารางแสดงลักษณะกระบวนการผลิต เปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมทั่วไป

อุตสาหกรรมทั่วไป	อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
โรงงาน	อาณาบริเวณที่มาเยือน แหล่งท่องเที่ยว
วัตถุดิบ	ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน	ถนน น้ำ ไฟ เน็ต ร้านอาหาร ที่พัก
การใช้แรงงาน	ผู้ให้บริการ เช่น มัคคุเทศก์
ผลิตผล	ผู้ประกอบการต่างๆ
การส่งเสริมการขาย	เผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ระบบการท่องเที่ยว(The Tourism System) คือ สิ่งต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันและมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นระเบียบขั้นตอน

การท่องเที่ยวเป็นการศึกษาที่มีหลักการมีลักษณะซับซ้อนตั้งแต่....

- พฤติกรรมของการเลือกซื้อ
- กระบวนการรับรู้ของมนุษย์
- การตัดสินใจซื้อ
- การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ Market, Travel, Destination, Marketing

Market

การท่องเที่ยวประกอบด้วย Buyer + Product/Service + Seller

Buyer มี 2 ประเภท

- ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ท่องเที่ยวทั่วไป จะเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อและการจัดการเดินทางด้วยตนเอง หรือผ่านบริษัทนำเที่ยว

- ผู้ซื้อระดับองค์กร คือ ผู้ซื้อที่ไม่ได้บริโภคด้วยตนเอง แต่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อและการจัดซื้อให้ผู้บริโภคคนอื่น เช่น Convention Organization , Incentive Travel Organization

Product

- สินค้าทางการท่องเที่ยว ต่างจาก สินค้าทั่วไปอย่างไร???
- สินค้าทั่วไป ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าเป็นหน่วยเดียวได้
- สินค้าทางการท่องเที่ยว ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้าหลายส่วน

Seller / Producer

แบ่งได้ 2 กลุ่ม

- กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน เช่น ด้านที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม บริษัทจัดนำเที่ยว สวนสามพราน ร้านเสริมสวย ปั้มน้ำมัน ธนาคาร
- ผู้ผลิตในภาครัฐบาล จะขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งหมดในขอบเขตที่ตนรับผิดชอบ ไม่ระบุเจาะจงว่าเป็นชิ้นใด เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมป่าไม้ กรมอุทยาน กรมเจ้าท่า

ตลาดเป็นจุดเริ่มต้นของระบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อ และตัดสินใจว่าจะซื้อการท่องเที่ยวหรือไม่เมื่อใด รูปแบบไหน นำไปสู่กระบวนการรับรู้และเรียนรู้ มีความซับซ้อน คือ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเมื่อศึกษาตลาดท่องเที่ยว

1. Need Maslow

2. Perception & Learning

- การรับรู้ เป็นกระบวนการที่นักท่องเที่ยวติดตามและรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว แต่ละคนมีการรับรู้ที่ต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ
- การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและมีการตอบสนอง
- การเรียนรู้เกิดจากเจตคติ ความเชื่อถือ ประสบการณ์ในอดีต เช่นการรับบริการไม่ดี

3. Buyer Decision

*ปัจจัยทางจิตวิทยา มาจากครอบครัว สภาพแวดล้อม เช่น การรับรู้ เรียนรู้ เจตคติ บุคลิกภาพ

เช่น ราคาสูง คุณภาพดี

*ความสำคัญของการซื้อ คือการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น บางคนซื้อทัวร์แบบเหมาจ่าย เพราะเรื่องที่พัก แหล่งท่องเที่ยว

- *ฐานะทางการเงินของนักท่องเที่ยว รายได้ การเก็บออม ฐานะการซื้อ เช่น ช่วงนอกฤดูกาล
- *บุคลิกลักษณะจะมีผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจในการซื้อ
- *ความกดดันด้านเวลา
- *กลุ่มสังคมมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น การเดินทางไปต่างประเทศ การใช้บัตรเครดิต
- *วัฒนธรรมมีผลต่อความต้องการและการตัดสินใจซื้อ เช่น คนจีนชอบอาหารการกิน คนไทยชอบซื้อปิ้ง

Travel

รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยว

- ตามวัตถุประสงค์
- ตามจุดหมายปลายทาง
- ตามรูปแบบการท่องเที่ยว
- ตามระยะเวลา
- ตามลักษณะรายการ

ส่วนแบ่งทางการท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยว ที่มีกระบวนการแบ่งตลาดผู้บริโภคที่มีความต้องการคล้าย ๆ กันออกเป็นกลุ่ม แล้วเลือกทำตลาดเฉพาะกลุ่มที่เห็นว่าสามารถขายได้ นำไปสู่การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนแบ่งตลาด

- ตามประชากรศาสตร์ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ
- ตามภูมิศาสตร์
- ตามพฤติกรรมศาสตร์ “Brand”
- ตามลักษณะเชิงจิตวิทยา เช่น แบ่งตามฐานะทางสังคม

จุดหมายปลายทาง (Destination)

- ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจและการบริการ (The Attractions and Services)
- ถ้าสินค้าและบริการมีประโยชน์และคุณค่า (value) นำไปสู่ กระบวนการซื้อซ้ำ(Repeat)
- กระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 5 ขั้นตอน

การรับรู้ความต้องการ -> การค้นหาข้อมูล -> การประเมินทางเลือก -> การตัดสินใจซื้อ -> ความรู้สึกหลังการซื้อ

Marketing

เป็นกระบวนการที่มีส่วนประกอบต่าง ๆ หลายอย่าง ได้แก่ การศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาวิจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาด การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การคิดค้นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางใหม่ๆ การหาวิธีการจูงใจให้เกิดความสนใจในการเดินทางมากขึ้น

ระบบการท่องเที่ยวครบวงจร

เรามักกล่าวกันว่าถ้ามีนักท่องเที่ยวเข้ามามากแล้วจะทำลายสิ่งแวดล้อมและทำลายวัฒนธรรม ซึ่งก็เป็นความจริง ถ้าการจัดการการท่องเที่ยวยังกระช่อนกระแค้นแยกส่วน แต่จะตรงข้าม ถ้าเราจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นระบบครบวงจร อันทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นวัฒนธรรมดีขึ้น

เราต้องมีการศึกษาค้นคว้าประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

ทุกท้องถิ่นทั่วประเทศมีการจัดทำพิพิธภัณฑ์ตำบล ทุกตำบลอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ดูแลวัดทุกวัดให้อยู่ในสภาพดี ผลิตสินค้าวัฒนธรรม รักษาสิ่งแวดล้อมให้สวยงามน่าเที่ยว น่าชม ทุกท้องถิ่นจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพสูงให้พอเพียงเพื่อการนำเที่ยวที่มีคุณภาพ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้และเจริญจิตใจโดยถือหลักคนมาท่องเที่ยวกลับไปแล้วเป็นคนดีขึ้น ดูแลระบบการเดินทางและที่พักตามระยะทางมีจุดพักที่สวยงาม บริการดี มีการขายอาหารและสินค้าทางวัฒนธรรม มีที่พักนักท่องเที่ยวที่สะอาดน่าพักราคาพอสมควร ตลอดไปจนถึงโฮมสเตย์ ต้องจัดระบบการเงินที่ได้จากการท่องเที่ยวให้ถูกต้อง คือมีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม รวมทั้งจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ไปสนับสนุนการศึกษาวิจัย การทุนบำรุงศิลปวัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การศึกษาและฝึกอบรมมัคคุเทศก์ และกิจกรรมใดอื่นที่จะทำให้ระบบการท่องเที่ยวครบวงจร

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

- องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว
- องค์ประกอบสนับสนุนการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 1 ผู้มาเยือน // นักท่องเที่ยว // นักทัศนจร

ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง บุคคลซึ่งมาหรือไปยังประเทศหนึ่ง ซึ่งมีใช่อยู่อาศัยถาวร ด้วยเหตุจูงใจใดก็ได้ แต่มิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพที่ได้รับค่าจ้างตอบแทน และเข้ามาอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง ไม่เกิน 6 เดือน

ผู้มาเยือนแบ่งได้ 2 ประเภท

○ นักท่องเที่ยว (Tourists)

คือผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมงและเป็นการพักค้างคืนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีเหตุจูงใจในการมาเยือนเพื่อ

- 1.เพื่อการพักผ่อน เพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา กีฬา ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- 2.เพื่อการปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่างๆ

○ นักทัศนจร (Excursionist)

คือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่สถานทีนั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมง (ไม่พักค้างคืน) รวมทั้งผู้โดยสารพาหนะทางเรือ ประเภทเรือสำราญ (cruise) ด้วย

กลุ่มนักท่องเที่ยว	กลุ่มนักทัศนจร
<ul style="list-style-type: none">○ ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน○ ผู้ที่ไม่มีสัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนถิ่นนั้น แต่ไม่ได้อาศัยอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้นแล้ว○ ผู้ที่เป็นลูกเรือ (บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นพำนักในสถานที่ที่ไปเยือน และพักสถานทีนั้น มากกว่า 24 ชั่วโมง	<ul style="list-style-type: none">○ ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทร○ ผู้ที่มาเยือนและจากสถานทีนั้นภายในวันเดียว○ ผู้ที่เป็นลูกเรือ (บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นพำนักในสถานที่ที่ไปเยือน และแวะพักเพียงชั่วคราว น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

1. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists)

มล.ต้อย ชุมสาย “นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตาม โดยใช้เส้นทางที่มีได้ใช้ประจำวัน มีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตรหรือเดินทางไปนอกเขตภูมิลำเนาของตน”

กรมการฝึกหัดครู “คนไทยหรือต่างด้าวที่อยู่ในไทยและเดินทางจากจังหวัดของตนไปจังหวัดอื่น โดยไม่เดินทางเพื่อหารายได้และพักอยู่ไม่เกิน60วัน”

2.นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourists)

หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพักอยู่อย่างน้อย 1 คืนและไม่เกิน90 วัน

ปัจจัยหลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

1. ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว
2. การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว
3. กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว
4. ฤดูกาลท่องเที่ยว

ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ,อายุ กลุ่มวัยเด็ก (ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี)กลุ่มวัยรุ่น (อายุ 15-24 ปี) กลุ่มวัยทำงานตอนต้น (อายุ 25-34 ปี) กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (อายุ 35-44 และ 45-54 ปี)กลุ่มวัยเกษียณ (ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป) , อาชีพ , ระดับการศึกษา, ระดับรายได้ , สถานภาพ, ถิ่นพำนัก

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

กิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยว

ฤดูกาลท่องเที่ยว

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์

ประวัติศาสตร์ คือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือเหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต สงคราม ศาสนา ผู้คนที่อาศัยในท้องถิ่น ชนชั้นปกครอง

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม

รูปธรรม : ลักษณะความเป็นอยู่ ภาษา เทศกาล ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การละเล่นการแต่งกาย สภาพบ้านเรือน ฯลฯ

นามธรรม : ความเชื่อ ทศนคติ ภูมิปัญญาชาวบ้าน อัยาศัยไมตรีและการต้อนรับ

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและความเพลิดเพลิน

สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยว

3.ธุรกิจใ้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ธุรกิจใ้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น ในระบบเศรษฐกิจคำว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึงภาคเศรษฐกิจที่รวมธุรกิจทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation)

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและสินค้าที่ระลึก

ธุรกิจนันทนาการ

1. ธุรกิจสวนสนุก
2. ธุรกิจบันเทิงของสถานบันเทิงต่าง ๆ
3. ธุรกิจการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว

1. ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยว

1.1 ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการเผยแพร่ให้คนในท้องถิ่น

- การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว
- การอบรมนำเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น

สื่อที่ใช้

สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ผู้นำท้องถิ่น สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น

1.2 ลักษณะข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว

- รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว งานเทศกาล แผนที่ท่องเที่ยว
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยว เช่น การ นำเสนอรายการนำเที่ยวในราคา พิเศษ การลดราคาค่าห้องพัก
- การแนะนำและการเตือนนักท่องเที่ยวให้ทราบสิ่งที่ควรปฏิบัติ และไม่ควรปฏิบัติ

สื่อที่ใช้

สิ่งพิมพ์ ซีดีรอม อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ

2. ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง

2.1 ความปลอดภัย

- การแนะนำให้เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
- การจัดตั้งหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เช่น ตำรวจท่องเที่ยว ศูนย์ช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว
- การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกันระวังตนเอง
- การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีป้ายแสดงเตือนภัย
- การขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยว

2.2 การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง

ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ

- ตกแต่งท่าอากาศยานให้สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของประเทศและมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ
- มีระบบการขนส่งกระเปาะผู้โดยสารที่รวดเร็ว และถูกต้อง
- มีบริการการขนส่งระหว่างท่าอากาศยานกับสถานีขนส่งในพื้นที่
- มีสถานที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน

- ระบบไฟฟ้า
- ระบบประปา
- ระบบสื่อสาร / Internet

- ระบบสาธารณสุข
- ระบบขนส่งสาธารณะ

4. การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาลและองค์กรเอกชน

องค์กรของรัฐ

- ทำหน้าที่สนับสนุน ส่งเสริมและให้คำปรึกษา รวมทั้งจัดหา จัดเก็บ รวบรวมสถิติ ตัวเลข และข้อมูลต่าง ๆ
- ดูแล ประสานงานการวางแผน และดำเนินงาน ตามแผนที่วางไว้ระหว่างองค์กรภาครัฐ เอกชน

องค์กรเอกชน

- องค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร
- องค์กรเอกชนที่แสวงหากำไร

Zurab Pololikashvili, UNWTO Secretary-General

"This crisis is an opportunity to **rethink the tourism sector** and its contribution to the people and planet; an opportunity to build back better towards a **more sustainable, inclusive and resilient** tourism sector that ensure the benefits of tourism are enjoyed widely and fairly."

António Guterres, UN Secretary-General

"Tourism is one of the world's most **important economic sectors**. It employs one in every ten people on Earth and provides livelihoods to hundreds of millions more."

บทที่ 2

ผลกระทบ อุปสรรค ข้อจำกัด โอกาสความได้เปรียบ ความท้าทาย แนวโน้มและการปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ในสถานการณ์โควิด

ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยอะไรบ้าง

กระทบธุรกิจบริการในห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเนื่องจาก ธรรมชาติของระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว นั้นต้องอาศัยการติดต่อระหว่างมนุษย์และ/หรือการเดินทาง อันเป็นแกนสำคัญของห่วงโซ่บริการ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากถูกจำกัดการเดินทางนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย สูง 3 อันดับแรกคือ นักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และรัสเซีย

ธุรกิจแรกๆที่โดนก่อน : การบิน(เที่ยวบินจากเอเชีย แปซิฟิก 98%, ยุโรป 76 %, อเมริกา 67%) และ โรงแรม

แรงงานในภาคการท่องเที่ยวเสี่ยงต่อการตกงาน มากถึง 100-200 ล้านคนทั่วโลก ทั้งแรงงานที่มีทักษะ
แรงงานบริหารจัดการ และแรงงาน จิตบริการ

มาตรการสร้างความเชื่อมั่นภาคการท่องเที่ยว

1.โครงการพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยต้นแบบ Safety Zone ครอบคลุมจังหวัดท่องเที่ยว 5 แห่ง ได้แก่ หาดบางแสน จ.ชลบุรี-ธรรมชาติ, เมืองเก่าน่าน-แหล่งท่องเที่ยวเมือง, ชุมชนบ้านไร่กองจิง จ.เชียงใหม่ –ท่องเที่ยวชุมชน, ย่านเยาวราช-ต้นแบบช้อปปิ้ง, เอเชียทีค-ต้นแบบที่มนุษย์สร้างขึ้น

2.การรักษาความปลอดภัยและสุขอนามัย

3. Vaccine passport

1. International vaccination certificate ของไทย

1. นำใบรับรองการฉีดในประเทศที่ได้ มาจาก รพ เมื่อฉีดครบ 2 เข็ม

2. Passport

3. หลักฐานการเดินทาง เช่นตั๋วเครื่องบิน

4. ค่าเอกสาร 50 บาท

2. โดยไปที่ขอรับเอกสารรับรองได้ที่:

1. ด้านควบคุมโรคติดต่อระหว่างประเทศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โทร 02-1340134

โดยรับเฉพาะผู้ที่นัดล่วงหน้า ทาง porthealth_bkk@ddc.mail.go.th เท่านั้น

3. คลินิกเวชศาสตร์การเดินทางและท่องเที่ยว (Travel Clinic) สถาบันบำราศนราดูร เมืองนนทบุรี เปิดให้บริการในเวลาราชการ เวลา 08:30 น. – 15:00 น. ตั้งแต่วันจันทร์-ศุกร์ (หยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

สามารถนัดหมายล่วงหน้าได้ โทร 02-5903430

email: tmcbamras@gmail.com

4. สถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง (สปคม.) บางเขน กรุงเทพฯ ตั้งแต่วันจันทร์-ศุกร์ (หยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โทร 0 2521 0943-5

มาตรการทางการตลาดภาคการท่องเที่ยว

4. ส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเป้าไปที่ การท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน" โดยรัฐ สนับสนุนค่าใช้จ่ายโรงแรมที่พักในอัตราร้อยละ 40 ของค่าห้องพัก แต่ไม่เกิน 3,000 บาทต่อคืน และสนับสนุน ค่าอาหารและค่าใช้จ่าย สถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการมูลค่า 600 บาทต่อห้องต่อคืน

5. การแจกบัตรกำนัล (Voucher) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ตัวอย่างเช่น โครงการบัตรกำนัลที่ เรียกว่า "Vacation in Czechia" เพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยว ในประเทศในช่วงฤดูร้อน ประเทศเชโกสโลวาเกีย, รัฐบาลอิตาลี ไชล์แลนด์ ลิทัวเนียและสาธารณรัฐเกาหลีแจกบัตรกำนัลท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเพื่อใช้ในการ เดินทางภายในประเทศ

6. สนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว

7. จัดทำแผนฟื้นฟูความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และแผนการกระตุ้นตลาดท่องเที่ยว

8. จัดทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ตัวอย่าง ญี่ปุ่นเตรียมออกแคมเปญ Go To Travel โดยให้ ส่วนลดหรือบัตรกำนัลสำหรับโรงแรมร้านอาหารการขนส่งและสถานที่ ท่องเที่ยวสำหรับผู้เดินทาง ภายในประเทศ

มาตรการกระตุ้นท่องเที่ยว

9. มาตรการเลื่อนการเดินทางแทนการยกเลิก

10. ผลักดัน Tourist Tracker

11. ทำสัญญาความร่วมมือการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีความปลอดภัยจากการระบาดของ โควิด-19 หรือมีอัตราการติดเชื้อที่ต่ำ หรือที่เรียกว่า Travel Bubble/ Travel Bridges หรือ Corona Corridors เพื่อ ประชาชนของประเทศคู่สัญญาเดินทางไปมาสะดวกและยืดหยุ่นมากขึ้น

12. โครงการ Phuket Sandbox และ Samui plus

13. การจัดแคมเปญ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และ ออฟไลน์หรือการจัดธีมงาน (Theme) เพื่อโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายเดือน จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางที่ต่อเนื่อง

14.สร้างมาตรฐาน SHAหรือเครื่องหมายรับรองสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว

Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA

โดยความร่วมมือของกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และภาคเอกชนเพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย แบ่งเป็น 10 ประเภทกิจการ

1. ประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร
2. ประเภทโรงแรม/ที่พักและสถานที่จัดประชุม
3. ประเภทนันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว
4. ประเภทยานพาหนะ
5. ประเภทบริษัทนำเที่ยว
6. ประเภทสุขภาพและความงาม
7. ประเภทห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า
8. ประเภทกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว
- 9.ประเภทการจัดกิจกรรม การจัดประชุม (MICE) โรงแรม รีสอร์ท
10. ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้า อื่นๆ

ความท้าทาย : เกิดพฤติกรรมใหม่ ความต้องการใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่

11 ธุรกิจ 'ความปลอดภัย' ในการเดินทางต้องมาก่อน

1. การจำหน่ายสินค้า
กลางแจ้ง

6. บริการให้เช่ารถจักรยานยนต์

10. ธุรกิจให้เช่ารถ

2. ธุรกิจให้การต้อนรับ
(Hospitality)

7. เรือสำราญ

11. ธุรกิจประกันภัย

3. แหล่งท่องเที่ยว

8. บริษัทนำเที่ยว



4. ธุรกิจการบิน

9. MICE

5. สนามบิน

ที่มา : สภาการเดินทางและท่องเที่ยวโลก (WTTC)

ภาคการท่องเที่ยวต้องเตรียมความพร้อมและฟื้นฟู อะไรบ้าง (New Normal & Next Normal)

01

เปิดการท่องเที่ยวอย่างมีความ
รับผิดชอบ (Responsible Restart)

02

เตรียมพร้อมสำหรับทีม
และการดำเนินงาน

03

จัดหาประสบการณ์ที่ปลอดภัย
ในไทยท่องเที่ยว
เน้นการเดินทางที่ปลอดภัย

04

สร้างความเชื่อมั่นและ
น่าเชื่อถือ

05

นำเสนอขายที่เป็นจริง
ได้มาปฏิบัติ

06

เน้น Digitalization



07

ต้องส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

08

เน้นการจัดการสิ่งแวดล้อม
ความปลอดภัย

09

เน้น Medical & Wellness
Tourism

10

เน้น Green Tourism

11

สร้าง Smart City และ
Smart Tourism

การเตรียมความพร้อมสำหรับทีมงานและการดำเนินงานที่ได้คุณภาพ

1. จัดทำคู่มือแนวทางดูแลสุขภาพของทีมงาน พร้อมการตรวจสุขภาพ เป็นระยะ
2. จัดที่ทำงานโดยยึดถือการเว้นระยะห่าง
3. นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อลดการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคล
4. ติดต่อกับลูกค้า เช่น โรงแรม การขนส่ง และสถานที่แหล่งท่องเที่ยว ที่มีมาตรการป้องกันการติดเชื้อตามมาตรฐานที่กำหนด
5. จัดหาทางเลือกสำหรับการดำเนินงานที่ปลอดภัย เช่น การจำหน่ายตัวลวงหน้า การกำหนดระยะเวลาการเข้าในแต่ละกลุ่มย่อย
6. จัดอบรมทีมงานและกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติตามคู่มืออย่างเคร่งครัด

การจัดหาประสบการณ์ที่ปลอดภัยให้กับทีมงานและลูกค้า

- เลือกสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองโดยหน่วยงานด้าน สาธารณสุขว่าปลอดภัย
- หมั่นตรวจสอบการทำงานของทีมงานทำความเข้าใจโดยเน้นความถี่ในจุดสำคัญ ๆ
- มีตรารับรองความปลอดภัยแสดงกับสินค้าและบริการที่ให้กับลูกค้า
- จัดหาอุปกรณ์เครื่องมือทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคให้กับลูกค้า
- จัดที่นั่งตามระเบียบ จำกัดระยะห่างของลูกค้าแต่ละราย (Social Distancing)
- จัดหาถังขยะที่มีถุงรองข้างในอีกหนึ่งชั้น เพื่อสามารถนำไปทิ้งได้เป็นระยะๆ
- เลือกใช้บริการกับลูกค้าที่มีจิตสำนึกและการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดในเรื่องของความสะอาด การรักษาสุขอนามัย และลดการติดเชื้อ
- จัดให้มีเครื่องมือตรวจสอบการเข้า-ออก (Check-in / Check-out) ที่ไม่ต้องมีการสัมผัส
- จัดระยะเวลาการใช้บริการสถานที่ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และสถานที่ เข้าชมต่าง ๆ เป็นต้น ไม่ให้เกิดความแออัด

สร้างความเชื่อมั่นและนำเชื่อถือให้กลับมา

- จัดให้มีการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนแก่ลูกค้าเป็นประจำ เกี่ยวกับมาตรการด้านสุขอนามัยที่เน้นผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล รวมทั้ง การทำงานร่วมกับลูกค้าในการส่งสัญญาณที่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการรักษาความสะอาดที่ดำเนินการอยู่แต่หลีกเลี่ยง การติดต่อโดยตรงและการให้คำแนะนำ
- จัดให้มีคู่มือคำแนะนำการปฏิบัติตนล่วงหน้าก่อนการเดินทางบนพื้นฐานของกฎระเบียบของภาครัฐ (เช่น การสวมหน้ากาก การล้างมือ ด้วยแอลกอฮอล์และการเว้นระยะห่าง

- อบรมทีมงานให้สามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ เป็นต้น หรือสามารถแก้ไขปัญหา กรณีลูกค้ารายใดไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำ เพื่อความมั่นใจของผู้เดินทางรายอื่น
- ประสานความร่วมมือกับบริษัทประกันการเดินทางและประกันสุขภาพ เพื่อให้ครอบคลุมโควิด-19 รวมทั้งกระบวนการรักษาพยาบาลเมื่อเกิด เหตุจำเป็นเร่งด่วน
- ส่งเสริมให้มีแอปพลิเคชันในการรู้ตำแหน่งของการเดินทางถ้ามีการ กำหนดไว้โดยกฎระเบียบของท้องถิ่น
- ออกแบบแพ็คเกจท่องเที่ยวที่สร้างความเชื่อมั่น ให้กับผู้ใช้บริการ การปรับผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบโจทย์ ผู้ใช้บริการและกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเรียกร้องจากภาครัฐในการนำนโยบายที่เป็นจริงได้มาสู่การปฏิบัติ

- จัดให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบ ของเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่า (Grant) และการลดภาษีค่าธรรมเนียม และการจัดเก็บค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นอุปสงค์ในการฟื้นตัวของ ธุรกิจท่องเที่ยว
- สร้างแรงจูงใจและสนับสนุนโดยตรงต่อการเร่งรัดการฟื้นตัวของ การเดินทางและท่องเที่ยว
- จัดให้มีโปรแกรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ ทั้งการท่องเที่ยวในประเทศและจาก ต่างประเทศ
- ทบทวนมาตรการอำนวยความสะดวกด้านการตรวจลงตรา(วีซ่า) และการยกเว้นวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยว บางกลุ่ม

อนาคตใหม่ของการท่องเที่ยวไทย

ปัจจัยภายใน

- 1.การบริหารจัดการของรัฐบาล
- 2.นโยบายด้านโลจิสติกส์และการเข้าเมือง
- 3.นโยบายแรงงานต่างด้าว
- 4.ความร่วมมือของประชาชนและภาคเอกชนในการบริหารจัดการตนเองให้ปลอดภัย

ปัจจัยภายนอก

- 1.รูปแบบการระบาดและการรับมือของประเทศที่เป็นนักท่องเที่ยวเรา อย่าง จีน ยุโรป ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย และอินเดีย
- 2.สถานการณ์ของสายการบินหลักทั่วโลกกำลังถดถอยอย่างรุนแรง จะกลับมาปกติได้เมื่อไหร่

3.ราคาน้ำมันผกผันรุนแรง

4.เศรษฐกิจโลกจะฟื้นตัวได้เมื่อไหร่

บทเรียน!

***เป็นอุบัติการณ์ที่อาจขึ้นได้ใหม่ตลอดเวลา ...

***ส่งผลกระทบต่อแบบ โดมิโน ที่เชื่อมกันทั่วโลก

เพื่อป้องกันความเสี่ยง ต้องสร้างมาตรฐานภาคบังคับตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับพื้นที่ ระดับธุรกิจ

หลังจากโควิด-19 สงบลงแล้วระบบ เศรษฐกิจท่องเที่ยวซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่สำคัญระบบหนึ่งของโลกจะมีแนวโน้มเป็นไปอย่างไร มนุษย์จะท่องเที่ยว เหมือนเดิมอีกหรือไม่ จะเดินทางไปสู่ความยั่งยืนได้อย่างไร การท่องเที่ยวในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร อนาคตของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในระยะสั้นจึงเป็นอนาคตที่ยังขาดความแน่นอน



The Next Normal ของการท่องเที่ยวไทย

ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว
ภายในประเทศ(ไทยเที่ยวไทย)และ ประเทศใน
แถบเอเชีย (ยกเว้นอินเดีย) เป็นหลัก

กลุ่มคนรุ่นใหม่ น่าจะ
เป็นกลุ่มที่พร้อม จะ
ออกมาผจญภัยก่อน

Mass Tourism เป็น FIT
(Free Independent Traveler)



ส่วนการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือแบบ
ทัวร์ ครอบคลุมจะถูกสกัดกั้นด้วยต้นทุนที่
สูงขึ้นเพราะมาตรการรักษาระยะห่าง

ด้านสุขภาพและ Wellness ของไทยจะ
ขยายตัวมากขึ้น เช่น ขยายไป สุการ์
ตุแลห์ในด้านความปลอดภัยและ
สุขอนามัยผู้สูงวัยทั้งในลักษณะ Day-
care และในระบบ Long Stay

การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวหนุ่มสาวจีนจะเป็นกลุ่ม
หลักซึ่งเป็นกลุ่ม So-Lo-Mo คือ
ท่องเที่ยวผ่านการใช้ระบบSocial
Network บนมือถือและท่องเที่ยวแบบ
คนท้องถิ่น

ปรับเปลี่ยนตัวเองไปเป็นผู้จัดการ
กิจกรรมที่จุดหมายปลายทาง
(Destination Management)
ให้แตกต่างจากบริษัทอื่นๆ

การจัดกลุ่ม ท่องเที่ยวที่มีขนาด
เล็กลงจะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น
เพราะต้องออกแบบและ
จัดการรายละเอียดมากขึ้น

นักท่องเที่ยวยุโรปจะเป็นกลุ่มเที่ยวซ้ำ
ที่รู้จักประเทศไทย แล้วและไว้ใจใน
บริการของไทย

ลูกค้าจะเคยชินกับการใช้ออนไลน์มาก
ขึ้นและ จะหันไปติดต่อโรงแรมและสาย
การบินโดยตรง



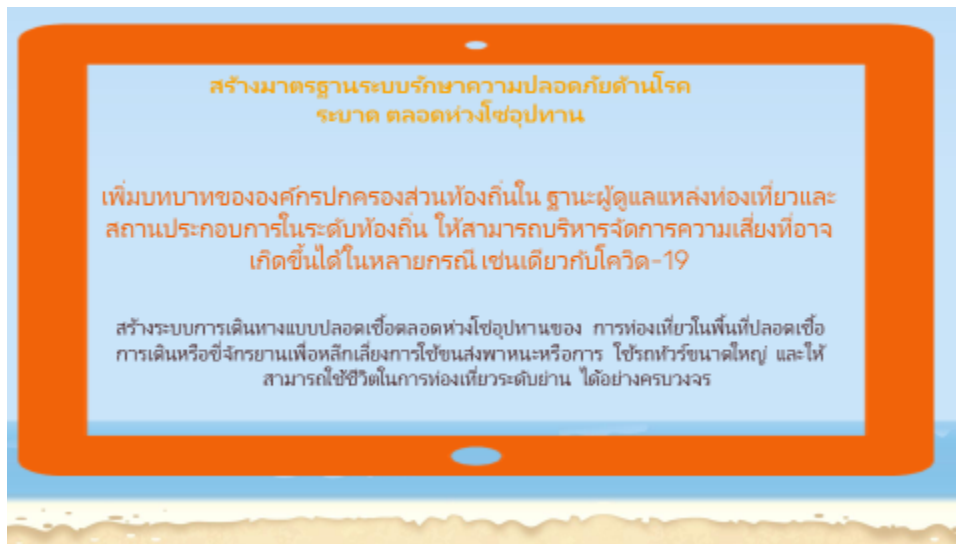
การปรับตัวของธุรกิจโรงแรม

เพิ่มกิจกรรมยามว่างที่สามารถรักษาระยะห่างได้ เช่น รำมวยจีน หรือปรับให้รองรับบุคคลเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุที่อายุ เกิน 70 ปี ผู้ที่มีโรคไม่ติดต่อประจำตัวซึ่งครอบครัวอาจต้องการ แยกคนเหล่านี้ให้ปลอดภัยจากโรคระบาด หรือรองรับผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว หรือโรคเรื้อรังซึ่งอยู่ในระยะพักฟื้นที่ต้องการพื้นที่ปลอด โควิด-19 ซึ่งในระยะยาวจะสามารถปรับไปเป็นสถานบริการคนชรา หรือสถานบริการที่ประคับประคองชีวิตระยะสุดท้าย(Palliative Care) แต่ต้องมีการลงทุนเพื่อปรับปรุงสถานที่ เพิ่มการพัฒนาทักษะบุคลากร และถ้าสามารถไปร่วมมือกับโรงพยาบาลเอกชนก็จะสามารถลดภาระ ของโรงพยาบาลของรัฐได้อีกมาก

การปรับตัวของธุรกิจรถนำเที่ยวโดยสาร

1.ต้องปรับไปทำ Day-trip สำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือเป็นโรงแรมเคลื่อนที่ (Mobile Hotel) คือ ปรับรถทัวร์ชั้นบนให้ เป็นที่นอนได้20 คน และชั้นล่างเป็นส่วนกลาง เช่น มีที่นั่งชม Video และเล่นเกมส์ เป็นต้น ซึ่งในเวลาว่างคนอาจต้องเช่าที่จอดรถใน ห้างสรรพสินค้าที่มีห้องน้ำสะอาดในการเข้าออกทั้งคืน หรือวัดที่มี ห้อง อาบน้ำสะอาด

2.ปรับรถรับส่งสาธารณะให้มีฉากกันพลาสติกใสและจุดเปลี่ยนถ่ายมีการจัดระบบให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น จัดเตรียมนวัตกรรม ที่ช่วยในการถ่ายเทอากาศให้ดีขึ้นในรถโดยสารสาธารณะที่ปรับอากาศสำหรับเมืองท่องเที่ยว ตากอากาศชายทะเลปรับใช้รถขนส่งที่ระบาย อากาศได้ดีแทนรถปรับอากาศ



การสร้างระบบติดต่อแบบไร้รอยต่อสำหรับนักท่องเที่ยว จะสำคัญมากสำหรับช่วงวิถีปกติระยะถัดไป (Next Normal) โดยการใช้ระบบที่มีอยู่ในปัจจุบันเช่น “ไทยชนะ” เชื่อมโยงกับระบบ สารสนเทศการท่องเที่ยวเข้ากับการรักษาความปลอดภัยทั้งด้านสุขภาพ และอุบัติเหตุ และต้องทำได้แบบไร้รอยต่อเริ่มตั้งแต่การดูแลตนเองให้ปลอดภัยการติดต่อกับตำรวจและโรงพยาบาลต่างๆ การเข้าถึงสถานทูต และการรับข่าวสาร เช่น ข้อมูลประกาศต่างๆ ของรัฐที่เป็นภาษาสากล การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ กติกาของไทยในเวลาฉุกเฉิน การเข้าถึง โรงพยาบาลสถานทูต และที่ปรึกษาทางกฎหมาย เป็นต้น



คุณลักษณะที่ดี 5 ประการในอาชีพมัคคุเทศก์

1. **มนุษยสัมพันธ์ดี** ต้องรู้ว่านักท่องเที่ยวของเราเป็นใคร มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่ออะไร เพื่อที่จะได้ปรับตัวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นได้ และให้บริการที่เหมาะสมเป็นที่ถูกใจแก่นักท่องเที่ยว อธิบายให้เห็นถึงความแตกต่างของความเชื่อ ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม พื้นฐานการศึกษา และลักษณะร่วมของคนแต่ละชาติ และไม่ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจหรือความเข้าใจผิดระหว่างชาติ โดยไม่แสดงความ ดูถูกหรือยกย่องวัฒนธรรม หรือบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งทำให้เกิดความเป็นกันเองระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว ทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีความสุข
2. **บุคลิกภาพดี** บุคลิกภาพของมัคคุเทศก์ที่ดี บุคลิกภาพทั่วไปประกอบด้วย บุคลิกภาพภายนอกและบุคลิกภาพภายใน บุคลิกภาพภายนอกสำหรับมัคคุเทศก์ หมายถึง สิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ในตัวมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ควรให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อร่างกายเป็นอันดับแรก โดยพิจารณาที่จะทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสบายตา จมูก และอารมณ์ การแต่งกาย ควรได้รับการดูแลเอาใจใส่ โดยคำนึงถึงความสะอาดเรียบร้อย
3. **มีความรู้ดี** ต้องมีความรู้ในการใช้ภาษาต่างประเทศ มีทักษะในการพูด อ่าน และเขียน เป็นอย่างดี สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ สามารถพูดบรรยายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้ มีการประสานงานและความสัมพันธ์ที่ดีกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่น และก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง และร้านขายของที่ระลึก
4. **มีความรักงาน** มัคคุเทศก์ต้องมีความภาคภูมิใจในอาชีพของตน มีใจรักในงานบริการ มีความรับผิดชอบในหน้าที่ ตั้งใจปฏิบัติงานให้มีคุณภาพมากที่สุด อดทนต่อปัญหา พยายามปรับปรุงแก้ไขในส่วนบกพร่องของตนเองและรักษามาตรฐานการทำงานที่ดีให้ได้ตลอดไป

5. มีศิลปะในการพูด การพูดมีกฎเกณฑ์สำหรับเรียนรู้และการปฏิบัติ ขณะเดียวกันก็อาศัยความสามารถเฉพาะตัวของผู้พูดด้วย มัคคุเทศก์ต้องมีการเตรียมตัวที่ดีสำหรับการอธิบาย การลำดับเนื้อหา ถ่ายทอดด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รู้จักกาลเทศะ ควรพูดเรื่องใด เวลาใด ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับเพศ วัย และสถานการณ์