

The Relationship Between Compensation and Motivation in the Performance of Professional Tour Guides in the Tourism Industry

Kittisak Klinmuenwai

Department of Tourism Industry, Faculty of
Business Administration, Vongchavalitkul
University, Thailand

Abstract

This research aimed to study the relationship between compensation and its impact on motivation in the performance of professional tour guides in the tourism industry. The study used a survey method, collecting data through a questionnaire from 400 professional tour guides. The reliability of the questionnaire was tested using Cronbach's Alpha, yielding a value of 0.897. Descriptive statistics, including percentage, mean, frequency, standard deviation, and correlation coefficient testing, were used for data analysis. The findings revealed that professional tour guides generally had a high level of satisfaction with the compensation factors related to their duties (mean = 4.50). When analyzed by individual factors, the highest mean value was for salary (mean = 4.55), followed by overtime pay (mean = 4.52), position allowance (mean = 4.48), and welfare benefits (mean = 4.47). Furthermore, the correlation coefficient between compensation factors and motivation was positive, indicating a relationship in the same direction. The correlation coefficient between the variables was 0.018, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords

relationship, compensation, motivation, tour guide, tourism industry

CORRESPONDING AUTHOR

Kittisak Klinmuenwai, Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration Vongchavalitkul University, Muang Nakon Ratchasima, 30000, Thailand. Email: kittiya_kitty@hotmail.com , kittisak_kli@vu.ac.th
© College of Local Administration, Khon Kaen University. All rights reserved.

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนและแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคหุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย

สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการได้รับค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคหุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นมีคหุเทศก์อาชีพที่ปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาช ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .897 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า มีคหุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค่าตอบแทนในการปฏิบัติหน้าที่มีคหุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$) เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เงินเดือน ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ ค่าล่วงเวลา ($\bar{X} = 4.52$) เงินประจำตำแหน่ง ($\bar{X} = 4.48$) และสวัสดิการ ($\bar{X} = 4.47$) และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยค่าตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติหน้าที่มีคหุเทศก์อาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคหุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .018 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ

ความสัมพันธ์, ค่าตอบแทน, แรงจูงใจการปฏิบัติหน้าที่, มีคหุเทศก์อาชีพ, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้นซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั่วโลกเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมและเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่ก่อให้เกิดรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก และสามารถนำไปสู่การสร้างงานมากถึง 284 ล้านตำแหน่งงานและช่วยสร้างรายได้เป็นจำนวน 1,260 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยเฉพาะบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (The World Tourism Organization, UNWTO, 2019) ในทุก ๆ ปีค่าแรงขั้นต่ำจะถูกปรับปรุงในหลายประเทศ สำหรับประเทศไทยได้กำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศที่ให้สัตยาบันอนุสัญญาค่าแรงขั้นต่ำแห่งสหประชาชาติแต่แนวคิด

นี่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีและปฏิบัติกันอย่างแพร่หลาย จากการเปิดเผยดัชนีค่าครองชีพทั่วโลก ปี 2566 ที่คำนวณจากค่าสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ พบว่า กรุงเทพมหานคร ถูกจัดให้เป็นเมืองที่มีค่าครองชีพสูงที่สุด เป็นอันดับ 2 ของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน นอกจากนี้เมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยยังติดใน 10 อันดับแรกของเมืองที่มีค่าครองชีพสูงที่สุดในภูมิภาค (Thansettakij, 2023) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจ สามารถทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2566 จำนวน 28,150,016 คน ที่ผ่านมามีสถิติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีรายได้สะสมจากการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศขยายตัวจากปีที่ผ่านมา มีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด 2.13 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 78.45 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2023) การกระตุ้นด้านตลาด เพื่อให้เกิดมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของท้องถิ่น แนวโน้มสถานการณ์แรงงานจากการติดตามภาวะอุตสาหกรรมแรงงาน การค้าและแรงงาน ทั้งการจ้างแรงงานในระบบประกันสังคม การเลิกจ้าง และการว่างงาน ขณะที่ภาวะเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในภาวะขยายตัวเพิ่มขึ้น (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Labor, 2023)

บุคลากรที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ มัคคุเทศก์เพราะเปรียบได้กับ “ตัวแทน” ของประเทศทั้งหมดที่จะคอยดูแล ต้อนรับ อำนวยความสะดวก ให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยว ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวตลอดการปฏิบัติหน้าที่นั้น ๆ เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลเพิ่มอรรถรสในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้สึกมีส่วนร่วมมีชีวิตชีวาและเข้ามาสัมผัสกับกิจกรรมนั้นอย่างแท้จริง ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นประสิทธิภาพการทำงานของมัคคุเทศก์ให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวและจำเป็นต้องก้าวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น ในการปรับตัวเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับขีดความสามารถให้มีความพร้อมการบริการ มัคคุเทศก์เป็นอาชีพที่สงวนสำหรับคนไทยโดยเฉพาะผู้ที่เข้ามาประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ ต้องได้รับการอนุญาตตามกฎหมายระเบียบของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Professional Tour Guide Association of Thailand, 2022) บุคคลที่จะประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ได้ต้องมีศักยภาพเฉพาะบุคคล (Human Resource Competency) ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่มัคคุเทศก์จำเป็นต้องมี 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ และด้านพฤติกรรม และความสามารถเฉพาะด้านการท่องเที่ยว การบริการ ภาษาต่างประเทศ และความรู้ด้านมัคคุเทศก์ และที่สำคัญมัคคุเทศก์ทั่วไปอาชีพจะต้องได้รับบัตรมัคคุเทศก์ทั่วไป สามารถนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ชาวไทย หรือชาวต่างประเทศสามารถนำเที่ยวได้ทั่วราชอาณาจักร (Department of Tourism, 2018) มัคคุเทศก์จะได้รับค่าตอบแทนการทำงานเป็นเงินเดือนประจำหรือค่าจ้างเป็นรอบในการนำเที่ยว ซึ่งจะคิดค่าจ้างเป็นรายวัน เฉลี่ยประมาณวันละ 1,500 - 3,000 บาท และอาจจะได้รับค่าตอบแทนถึง 100,000 บาท ซึ่งเป็นค่านายหน้าจากบริษัท หรือร้านที่พานักท่องเที่ยวมาซื้อของที่ระลึก หรือเข้าชมการแสดงในสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ทำงานมัคคุเทศก์มีกำหนดเวลาทำงานที่ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแผนการนำเที่ยวในแต่ละรายการ มัคคุเทศก์จะต้องผ่านการอบรมวิชาชีพมัคคุเทศก์ และมีความรู้ภาษาต่างประเทศซึ่งสามารถที่จะนำมาใช้งานได้เป็นอย่างดีมีความก้าวหน้าในอาชีพนี้ อาจไม่ได้วัดที่ตำแหน่ง แต่ดูจากความรู้ความสามารถ ความอดทน ความเป็นมืออาชีพ และประสบการณ์ มัคคุเทศก์จึงเป็นบุคลากรที่มี

ความสำคัญทางวิชาชีพที่จะเป็นส่วนในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป จากสถานการณ์ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหารายได้ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาทางการเงิน ปัญหาค่าตอบแทน และค่าจ้างไม่เพียงพอ รวมไปถึงสวัสดิการที่ควรจะได้รับทำให้ส่งผลต่อการดำรงชีวิตในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการได้รับค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อทราบข้อมูลด้านค่าตอบแทนมีความเพียงพอต่อการดำรงชีพ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการดำเนินงานขององค์กร หน่วยงาน บริษัท และสถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นส่วนสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย H0 : ปัจจัยค่าตอบแทนที่ได้รับของมีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัย H1 : ปัจจัยค่าตอบแทนที่ได้รับของมีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวกับค่าตอบแทน

ค่าตอบแทน (Compensation) ถือเป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ต้องใช้อย่างถูกวิธี เพื่อเกิดประสิทธิภาพและสามารถจูงใจบุคลากรให้ปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยที่ Office of the National Economic and Social Development Council, Office of the Prime Minister (2023) กล่าวถึงการมุ่งเน้นผลลัพธ์ให้คนทำงานในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข ในขณะเดียวกันคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำงาน ปัจจุบัน เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่า ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ต้องเข้าสู่ระบบการทำงาน ต้องทำงานเพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ได้และตอบสนองความต้องการพื้นฐาน เมื่อคนต้องทำงานในที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่ จึงควรมีสถานะที่เหมาะสม ทำให้เกิดความสุขทั้งร่างกายและจิตใจ มีความรู้สึกมั่นคงทั้งสุขภาวะทางกาย สุขภาวะทางอารมณ์ สุขภาวะทางจิตวิญญาณ และสุขภาวะทางสังคม โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (Adequate and Fair Compensation) การที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับค่าจ้าง เงินเดือน ค่าตอบแทน และผลประโยชน์อื่น ๆ อย่างเพียงพอกับการมีชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และต้องเป็นธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับงานหรือองค์การอื่น ๆ ในประเภทเดียวกันด้วย และจะทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of

Workg Life) ถือว่าเป็นสิ่งที่ยังสำคัญอย่างยิ่งเพราะคนเป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญต่อองค์กร ดังนั้น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในสถานที่ทำงานต้องมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำงาน คือ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีรู้สึกที่ดีต่องาน มีความมั่นคง ทำให้เกิดความสุข โดยจะส่งผลดีทั้งตัวบุคคลและองค์กร

ในขณะที่ Mondy and Noe (2005) กล่าวว่า ค่าตอบแทน หมายถึง รางวัลทั้งหมดที่บุคลากรจะได้รับในการแลกเปลี่ยนกับการทำงานประกอบด้วยค่าจ้าง เงินเดือน โบนัสสิ่งจูงใจ และผลประโยชน์อื่น ๆ องค์กรประกอบของค่าตอบแทนทั้งหมดที่จ่ายให้แก่บุคลากร แบ่งได้เป็น 2 ประเภท 1) ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน โดยที่ค่าตอบแทนที่เป็นเงินสดไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดก็ตาม ทั้งนี้ยังแบ่งออกได้เป็นหลายรูปแบบ ดังนี้ 1) ค่าจ้างและเงินเดือน 2) เงินรางวัลโบนัส 3) รายได้ระยะยาว และ 4) ผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ได้รับเป็นตัวเงิน และ 2) ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน ประกอบด้วยสิ่งที่ทำให้ลูกจ้างมีความพึงพอใจที่ได้รับจากการทำงานในองค์กร ซึ่งยังมีรายได้ที่บุคลากรได้รับอีกหลายรูปแบบที่ไม่เป็น ตัวเงิน หรือไม่ได้เป็นต้นทุนของบริษัท รายได้ประเภทนี้มองเห็นไม่ชัดเจนและยากที่จะวัดได้ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมของบริษัท 2) สภาพแวดล้อมในการทำงาน 3) รายได้ที่ไม่ต้องเสียภาษี 4) รายการอื่น ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และ 5) ค่านิยมต่าง ๆ ที่ช่วยยกสถานะของบุคลากร

ในส่วน Mangalee (2018) กล่าวว่า ค่าตอบแทนประกอบด้วย เงินเดือน เงินประจำตำแหน่ง ค่าล่วงเวลา และสวัสดิการ โดยค่าตอบแทนไม่ได้มีแต่ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินเท่านั้น (Financial Compensation) แต่ยังมีส่วนประกอบอื่น ๆ ที่มีความสำคัญ เช่น สภาพการทำงานที่เหมาะสม รวมถึงความพึงพอใจและความสุขในที่ทำงาน (Happiness in Workplace) ความรู้สึกว่างานที่ทำมีความหมาย และมีประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งก็คือค่าตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปตัวเงิน (Non-Financial Compensation) โดยที่ Lussier and Hendon (2018) ได้ระบุถึงองค์ประกอบของค่าตอบแทนประกอบด้วย ค่าแรงพื้นฐาน ค่าจ้างเสริมและเงินเดือน ค่าตอบแทนจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ และสิทธิประโยชน์ของพนักงาน บุคลากร รวมทั้งสร้างความเป็นอยู่และฐานะทางครอบครัวให้แก่ผู้ปฏิบัติงานอีกทั้งค่าตอบแทนต้องเป็นการให้ที่มีประสิทธิภาพ สามารถเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงเป้าหมายและตรงกับความต้องการของหน่วยงาน องค์กร หรือบริษัทอีกด้วย

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้ความหมายไว้ในหลายแง่มุมและหลายทัศนคติ Herzberg (1999) ได้ให้ความเข้าใจว่า แรงจูงใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากแต่คนและจะมีใช้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารโดยตรง และปัจจัยที่ใช้ในการบำรุงจิตใญ่นั้นอย่างดีที่สุดก็คือ จะสามารถช่วยขจัดความไม่พอใจต่าง ๆ ได้ แต่จะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ โดยปัจจัยแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยหลักได้แก่ 1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) และ 2) ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) ดังนั้น ในกระบวนการจูงใจที่ต้องการสร้างให้เกิดแรงจูงใจที่ดี จึงจำเป็นต้องจัดและกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ทั้งสองกลุ่ม คือ ทั้งปัจจัยที่ใช้บำรุงจิตใจ (สภาพแวดล้อม) และปัจจัยที่ใช้จูงใจได้ (ของงานที่ทำ) ทั้งสองอย่างพร้อมกัน ในการแก้ไขปัญหาเรื่องการจูงใจนี้ ได้เริ่มต้นพัฒนารูปการเพิ่มพูนเนื้อหาของงาน (Job Enrichment) เพื่อให้ค่าของงานสูงขึ้น เพื่อให้มีปัจจัยที่ใช้จูงใจได้เพิ่มมากขึ้นในตัวงานมีความหมายมากยิ่งขึ้น มีความสำเร็จมากขึ้น ความรับผิดชอบและความก้าวหน้ามากขึ้น และส่งเสริมการเติบโตให้แก่แต่ละคนได้ ซึ่งจะมีผลต่อการจูงใจเป็นอันมาก โดยเฉพาะปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง (Intrinsic Aspects of the Job) เป็นปัจจัยที่จูงใจบุคลากรในหน่วยงานให้เกิดความ

พอใจ ซึ่งได้แก่ 1) ความสำเร็จของงาน (Achievement) 2) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) 3) ลักษณะของงาน (Work-itself) 4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) และ 5) ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน (advancement) สำหรับ Ivancevich et al. (2011) ได้แบ่งแรงจูงใจเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) คือแรงจูงใจที่เกิดจากแรงผลักดันภายในตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความพึงพอใจ ความชอบ ความสนใจ การมองเห็นคุณค่าการชื่นชม เป็นต้น และ 2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) คือแรงกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวผลักดัน เช่น ค่าตอบแทน รางวัล ค่ายกย่องชมเชย ชื่อเสียง เป็นต้น ทางด้าน Sitchanangsu (2017) กล่าวว่า แรงจูงใจ ว่าเป็นเอาปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ดังนั้น ผู้ที่ทำหน้าที่จูงใจ จะต้องค้นหาว่าบุคคลที่เขาต้องการจูงใจ มีความต้องการหรือมีความคาดหวังอย่างไร มีประสบการณ์ ความรู้ และทัศนคติในเรื่องนั้นอย่างไร แล้วพยายามดึงเอาสิ่งเหล่านั้นมาเป็นแรงจูงใจ ในการแสดงพฤติกรรม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก ในส่วนของ Chompukum and Chakrapeesirisuk (2022) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือแรงขับเคลื่อนที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการตื่นตัวและแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างเต็มที่ โดยมีรางวัลจูงใจหรือการลงโทษเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา แรงจูงใจในการทำงานมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับผลการทำงานของพนักงานและความสำเร็จขององค์กร

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวกับมัคคุเทศก์อาชีพ

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 มาตรา 4 ได้ให้นิยามคำว่า มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่และบุคคล โดยได้รับค่าตอบแทน (Tourism Business and Tour Guide Act, 2008) โดย Royal Academy (2011) ให้ความหมายของมัคคุเทศก์ว่า หมายถึง ผู้นำทาง ผู้ชี้ทาง ผู้นำเที่ยว ตรงกับภาษาอังกฤษกับคำว่า Tourist Guide หรือนิยมเรียกโดยย่อว่า Guide สอดคล้องกับนิยามของมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ คืออาชีพของผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวและให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งเป็นนักประชาสัมพันธ์และนักประวัติศาสตร์ในเวลาเดียวกัน และเป็นนักบริการที่ให้ความสุขความสำราญแก่นักท่องเที่ยวทุกคน (Wannathanom, 2009) การปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์ โดยทั่วไปแล้วมัคคุเทศก์ในฐานะผู้นำเที่ยวประเภทนี้จะมีหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ 1) หน้าที่การรับเข้านักท่องเที่ยว (Transfer-In) 2) หน้าที่การนำเที่ยว (Tourist Guide) และ 3) หน้าที่การส่งออกนักท่องเที่ยว (Transfer-Out) (Hinkaew, 2012) บทบาทหน้าที่ของมัคคุเทศก์จะต้องมีการแสดงออกได้ในหลายบทบาท ได้แก่ บทบาทครู นักวิชาการ นักจิตวิทยา นักแสดง นักการทูต นักบริหาร นักการตลาด นักการขาย นักการประชาสัมพันธ์ และนักบริการ ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องมีความสามารถในแต่ละบทบาทออกมาใช้ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามสถานการณ์ต่าง ๆ สำหรับคุณสมบัติ มารยาทการวางตัว และจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ (Department of Tourism, 2015) ได้นิยามไว้ดังนี้ 1) มีบุคลิกภาพที่ดี 2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3) มีความรู้ดี 4) มีวาทีศิลปการสื่อสารที่ดี 5) มีสติปัญญาไหวพริบดี และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี 6) มีประสบการณ์ในการเดินทาง 7) มีความรับผิดชอบและตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ของตนตามที่ได้รับมอบหมาย 8) รักษาชื่อเสียงของตน และเกียรติคุณของวิชาชีพมัคคุเทศก์ 9) ถือปฏิบัติตามคำสั่ง กฎ ระเบียบแบบแผน ขนบธรรมเนียมประเพณีงามของสถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งตลอดจนการปฏิบัติตามกฎหมาย 10) มีจิตวิญญาณและตั้งใจจริงในงาน

มัคคุเทศก์ (Chuaybamrung, 2015) กำหนดคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่จะปฏิบัติหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ โดยมีมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้ 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความรู้ มัคคุเทศก์จะต้องมีความรู้ในองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ 2) ด้านทักษะการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ และ 3) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพมัคคุเทศก์ ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องเทิดทูนชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ เลื่อมใสในการปกครองระบอบประชาธิปไตย และรักและศรัทธาในอาชีพมัคคุเทศก์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Changsan et al. (2023) ศึกษาปัจจัยค่าตอบแทนและความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดอยุธยา เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันในองค์กร และศึกษาปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร พบว่า ปัจจัยค่าตอบแทนด้านค่าตอบแทนทางการเงินและด้านค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงินมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในด้านค่าเฉลี่ยของความผูกพันในองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และการเปรียบเทียบความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพ ไม่มีความแตกต่างกัน ขณะที่ ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าตอบแทนทางการเงินและค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงิน Mingsopa et al. (2023) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรสายสนับสนุน พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรสายสนับสนุน มีแรงจูงใจมาก ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และความผูกพันต่อองค์กร ด้านที่มีความผูกพันมาก คือ ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร และน้อยที่สุดคือ ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร Phadee et al. (2023) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอน้ำเกลี้ยง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความก้าวหน้า ด้านความรับผิดชอบ ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน ด้านสถานะทางอาชีพ และด้านวิธีการปกครองบังคับบัญชา Mahamontri (2021) ศึกษาระดับของปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กร และอิทธิพลของปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กร พบว่าพนักงานบริษัทมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับมากที่สุดคือความรับผิดชอบในงาน รองลงมาคือความสำเร็จในการทำงาน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ การได้รับการยอมรับนับถือ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือความก้าวหน้าในการทำงาน รวมไปถึงปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน รองลงมาคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ค่าตอบแทน ความมั่นคงในงาน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือนโยบายการบริหารขององค์กร และปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าปัจจัยค้ำจุน

Rojikinnor et al. (2022) ศึกษาประสิทธิภาพของพนักงานธนาคารเกี่ยวกับค่าตอบแทน ความพึงพอใจในงาน และสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงานธนาคาร PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk ประเทศอินโดนีเซีย โดยรวมพนักงานทั้งหมดของสำนักงานสาขาต่าง ๆ ในสุมาตรา จาว่า กาลิมันตัน สุลาเวสี บาห์ลี และจาการ์ พบว่า การชดเชยไม่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงาน แต่สภาพแวดล้อมในการทำงานส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงานที่ PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk อำนาจของค่าตอบแทนและสภาพแวดล้อมในการทำงานขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยนี้กับงานวิจัยก่อนหน้านี้คือการประยุกต์ใช้การทดสอบอิทธิพลของค่าตอบแทนต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานและผลการปฏิบัติงานภายในธนาคารในอินโดนีเซีย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้

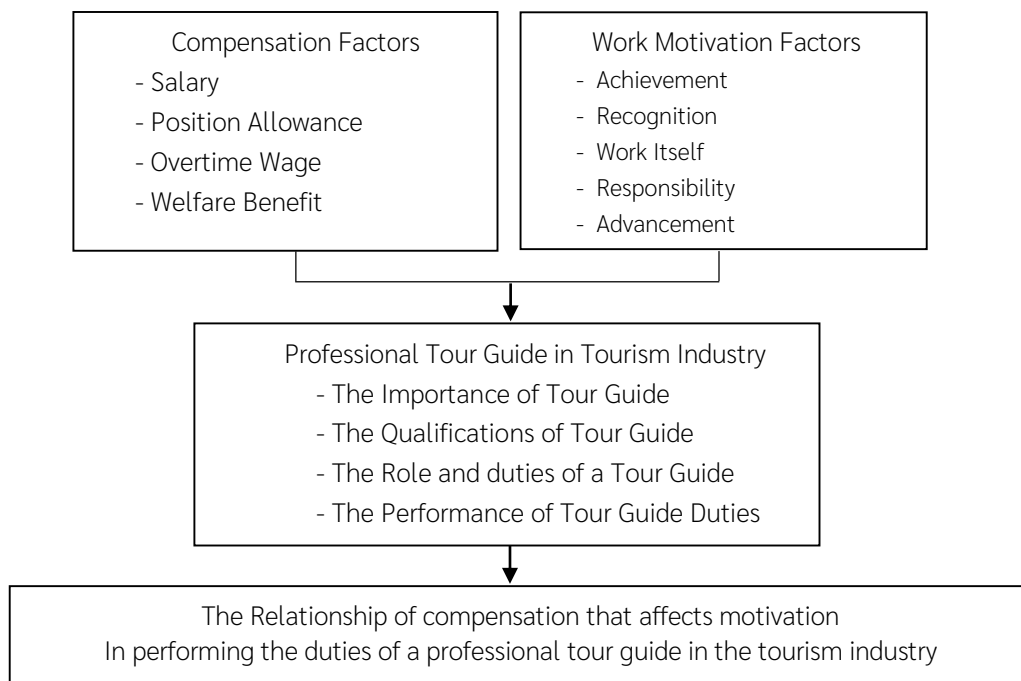


Figure 1. Research Conceptual Framework

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ มัคคุเทศก์ทั่วไปที่มีใบประกอบวิชาชีพ มัคคุเทศก์ทั่วไปตามเกณฑ์กรมการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 56,266 คน (Department of Tourism, 2023) โดยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% (ระดับความเชื่อมั่น 0.05 (มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ + 5%) โดยการใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\text{ดังนั้น แทนค่าในสูตร } n = \frac{56,266}{1+56,266(0.05)^2}$$

$$n = 397$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ จำนวน 397 คน และเพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงทำการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 3 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและสะดวกในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในการศึกษาการวิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บข้อมูลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 5 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ปัจจัยค่าตอบแทนในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ เงินเดือน เงินประจำตำแหน่ง ค่าล่วงเวลา และสวัสดิการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ (Likert, 1932) ดังนี้ หรือตอบตามที่ปรากฏตามระดับมาตรวัด โดยกำหนดการให้คะแนน ดังนี้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุดให้, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, และ 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่ง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ (Likert, 1932) ดังนี้ หรือตอบตามที่ปรากฏตามระดับมาตรวัด

โดยกำหนดการให้คะแนน ดังนี้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุดให้, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, และ 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะโดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

- 1) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและแบบสอบถาม
- 2) กำหนดโครงสร้างของเครื่องมือ โดยใช้วัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวความคิดและตัวแปรที่จะศึกษาเป็นหลัก
- 3) สร้างแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและนิยามคำศัพท์
- 4) ทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด โดยการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach, 1951) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ .897 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .70) ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น และเชื่อถือได้
- 5) นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติทั่วไปที่มีใบประกอบวิชาชีพตามเกณฑ์กรมการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามโดยมีจำนวนเท่ากับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย และลงพื้นที่ในการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติทั่วไปที่มีใบประกอบวิชาชีพมีคุณสมบัติทั่วไปตามเกณฑ์กรมการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี นครราชสีมา และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีมีคุณสมบัติอาชีพที่ปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและจำนวนมากโดยใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) แล้วจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อนำคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทดสอบค่าทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์คือค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยแปลความหมายคะแนนได้กำหนดความหมายของค่าเฉลี่ยของคำตอบตามแนวคิดของ (Srisa-ard, 2011) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของมัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และรายได้ต่อเดือนของมัคคุเทศก์ อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพบว่า มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.6 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ร้อยละ 32.0 อายุระหว่าง 36-45 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 67.0 จบการศึกษาระดับปริญญา ส่วนใหญ่ร้อยละ 39.5 มีระยะเวลาในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5-10 ปี และร้อยละ 50.5 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท

ผลการวิจัยตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค่าตอบแทนในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย เงินเดือน เงินประจำตำแหน่ง ค่าล่วงเวลา และสวัสดิการ ดังปรากฏใน Table 1.

Table 1. Results of the Analysis of Opinions Regarding Compensation Factors in Performing the Duties of a Professional Tour Guide in the Tourism Industry as a Whole

Compensation Factors for Performing Professional Tour Guide Duties in Tourism Industry	$\bar{X}$	S.D.	Opinion Level
1. Salary	4.55	.487	Highest
2. Position Allowance	4.48	.500	High
3. Overtime Wage	4.52	.501	Highest
4. Welfare Benefit	4.47	.535	High
Total	4.50	.424	High

จากตารางที่ 1 (Table 1) จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค่าตอบแทน ในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค่าตอบแทนในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.50) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ เงินเดือน ($\bar{X}$ = 4.55) รองลงมา ค่าล่วงเวลา ($\bar{X}$ =4.52) เงินประจำตำแหน่ง ($\bar{X}$ =4.48) และสวัสดิการ ($\bar{X}$ =4.47) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่ง

Table 2. Opinions on the Motivation Factors for Performing the Duties of a Professional Tour Guide in the Tourism Industry as a Whole

Motivation Factors for Performing Professional Tour Guide Duties in Tourism Industry	$\bar{x}$	S.D.	Opinion Level
1. Achievement	4.57	.541	Highest
2. Recognition	4.45	.559	High
3. Work Itself	4.43	.565	High
4. Responsibility	4.51	.551	Highest
5. Advancement	4.35	.579	High
Total	4.46	.559	High

จากตารางที่ 2 (Table 2) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.46) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{X}$ =4.57) รองลงมา คือ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}$ =4.51) ด้านการยอมรับนับถือ($\bar{X}$ =4.45) ด้านลักษณะงาน ($\bar{X}$ =4.43) และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ($\bar{X}$ =4.35) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตอนที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยคำตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

Table 3. Correlation Analysis Between Compensation Factors and Motivation Factors for Performing Professional Tour Guide Duties in the Tourism Industry

Factors in the Performance of Professional Tour Guide Duties in the Tourism Industry		Compensation Factors	Motivation Factors
Average ($\bar{x}$)		4.5042	4.4233
Standard Deviation (S.D.)		.42443	.55468
Compensation Factors	Pearson Correlation	1	.018**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Motivation Factors	Pearson Correlation	.018**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 3 (Table 3) ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยคำตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยคำตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .018 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องไม่เกิน 0.80 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) (Hair et al, 2010) สรุปได้ว่าเป็นไปตามสมมติฐาน H1 : ปัจจัยคำตอบแทนที่ได้รับของมัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ของคำตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถอภิปรายผลการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้ มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคำตอบแทนในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยความสัมพันธ์ของคำตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ เงินเดือน รองลงมา ค่าล่วงเวลา เงินประจำตำแหน่งสวัสดิการ และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยคำตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .018 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Changsan et al. (2023) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคำตอบแทนที่มีผลต่อแรงจูงใจและความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคำตอบแทนด้านคำตอบแทนทางการเงินและด้านคำตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงินมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในด้านค่าเฉลี่ยของความผูกพันในองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับ Mingsopa et al. (2023) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ได้แก่ ด้านคำตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน สำหรับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อด้านความผูกพันมากที่สุด คือ ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ Phadee et al. (2023) กล่าวว่าความสัมพันธ์ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร เกิดจากบุคลากรได้รับเงินเดือนหรือค่าจ้างที่มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ เหมาะสมกับตำแหน่ง รวมถึงการพิจารณาการเลื่อนขั้นของผู้บริหารมีความเป็นธรรมและเหมาะสม สอดคล้องกับ Yooto (2022) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง พบว่าความสัมพันธ์และระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านเวลา ด้านปริมาณงาน และด้านค่าใช้จ่าย ตามลำดับ และมีระดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านโอกาสในการปฏิบัติงาน ด้านความสามารถ และด้านแรงจูงใจ

ตามลำดับ สอดคล้องกับ Luque-Reca et al. (2022) ซึ่งเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในชีวิตและค่าตอบแทน อันที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านค่าตอบแทนในลักษณะของงาน และ ด้านค่าตอบแทนเป็นเงินทางอ้อม อาจเป็นเพราะว่าค่าตอบแทนเป็นการแลกเปลี่ยนกับการทำงานให้นายจ้าง สามารถจ่ายในรูปแบบที่เป็นตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงินก็ได้ เช่น เงินเดือน ค่าจ้างรายชั่วโมง ค่าจ้างรายวัน เงินประจำตำแหน่ง สิทธิประโยชน์ด้านสวัสดิการ และการบริการต่าง ๆ ได้แก่ ค่าอาหาร ค่ายานพาหนะ ค่ารักษาพยาบาล เครื่องแบบพนักงาน ค่าเช่าบ้าน ประกันสังคม กองทุนเงินสำรองเลี้ยงชีพการลาประเภทต่าง ๆ เป็นต้น สอดคล้องกับ Gunawan and Gunawan (2019) พบว่า ค่าตอบแทนมีอิทธิพลทางบวกที่สัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานโดยผ่านความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และสมรรถนะในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยผ่านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้บริหารทุกระดับในองค์กรผู้ให้บริการทางด้านสื่อสารส่วนสำหรับประเด็นการบริหารค่าตอบแทนไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Rojinnor et al. (2022) พบว่าอิทธิพลของค่าตอบแทนที่สัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานต่อความพึงพอใจและผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยคำนึงถึงการเพิ่มขึ้นของค่าตอบแทน ซึ่งรวมถึงความเหมาะสมของค่าจ้างและเงินเดือน สิ่งจูงใจ สวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ปักจายค่าตอบแทนในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปักจายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ เงินเดือน ค่าล่วงเวลา เงินประจำตำแหน่ง และสวัสดิการ และมีความสัมพันธ์ต่อค่าตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันหากองค์กร บริษัท หน่วยงาน ผู้ประกอบการหรือนายจ้างจ่ายค่าตอบแทนให้กับการปฏิบัติหน้าที่ของมีคุณเทศก์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรมและเป็นระบบก็จะสามารถเป็นแรงจูงใจที่ดีให้กับมีคุณเทศก์อาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืน

2) ปักจายค่าตอบแทนในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าส่งผลต่อปักจายจูงใจนั้น ต้องมีแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปักจายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง โดยอาจมีปักจายจูงใจและปักจายค่าจุนด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น สถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อม การโยกย้ายปรับเปลี่ยนหน้าที่ การถอนตัวหรือให้ลาออกจากงาน โดยไม่เป็นธรรมซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติหน้าที่มีคุณเทศก์อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น องค์กร บริษัท หน่วยงาน ผู้ประกอบการหรือนายจ้างต้องให้ความสำคัญกับปักจายดังกล่าว เพื่อเป็นแรงจูงใจที่ดีให้กับมีคุณเทศก์อาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของการได้รับค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในหน้าที่และบทบาทอื่น ๆ ของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ หรือในวิชาชีพด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่พักรวม และการบริการต่าง ๆ เพราะบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหลักในการพัฒนาและให้บริการให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นภาพลักษณ์ของประเทศเพื่อจะได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ

References

- Changsan, W., Pongachariyakul, P., Phuleam, P., & Seedee, R. (2023). Compensation Factors Affecting Organizational Commitment of Private Company Employee in Pathumthani and Ayutthaya Provinces. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 9(6), 1-13. (in Thai)
- Chompukum, P., & Chakrapeesirisuk, N. (2022). Factors Affecting Job Satisfaction and Motivation: A Case Comparison of Generation Y and Generation Z in Bangkok. *Chulalongkorn Business Review*, 42(165), 1-18. (in Thai)
- Chuaybamrung, T. (2015). Impacts and recommendations for Thai tourism management. In the Research and Development Committee of the National Legislative Assembly and the Subcommittee for Screening Research Operations together with Secretariat of the Senate, 11-16. Bangkok: Printing Office. Senate Secretariat Perform duties at the Secretariat of the National Legislative Assembly. (in Thai)
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and The Internal Structure of Test. *Psychometrika*, 16(1951), 297 – 334.
- Department of Tourism. (2015). *Tourism Business and Tour Guide Act 2008*. Retrieved from <http://www.tourism.go.th/subweb/content/>. (in Thai)
- Department of Tourism. (2018). *Tour business and tour guide database, Central Tour Business and Tour Guide Registration Office*. Retrieved from http://122.155.9.59:801/stm4/registerList_Search.jsp?permit_no=&nme_th=&nme_en=&permit_date=&aspire_date=&zone_id=5&prov_th=40&search=%A4%E9%B9%CB%D2 (in Thai)
- Department of Tourism. (2023). *Tour business and tour guide database, Central Tour Business and Tour Guide Registration Office*. Retrieved from http://122.155.9.59:8081/stm4/registerList_Search.jsp?permit_no=&nme_th=&nme_en=&permit_date=&aspire_date=&zone_id=5&prov_th=40&search=%A4%E9%B9%CB%D2. (in Thai)
- Gunawan, M. A., & Gunawan, H. (2019). Compensation, competence, organizational commitment and its effect on employee performance: Job satisfaction as intervening. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 4(2), 144-149.
- Hair Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.F. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Herzberg, F. (1999). *The Motivation-Hygiene Theory*. New York: Penguin Book.
- Hinkaew, W. (2012). *Characteristics of the work of a good tour guide*. Retrieved from <http://www.webboard.bangkoktourguide.net/webboard/index.php?topic=3858.0;wap2>. (in Thai)

- Ivancevich, J. M., Konopaske, R., & Matteson, M. T. (2011). *Organization Behavior and Management* (9thed.). New York: McGraw-Hill.
- Likert, R. (1932). Technique for the Measurement of Attitude. *Archives Psychological*. 3(1), 42-48.
- Luque-Reca, O., García-Martínez, I., Pulido-Martos, M., Burguera, J. L., & Augusto-Landa, J. M. (2022). Teachers' life satisfaction: A structural equation model analyzing the role of trait emotion regulation, intrinsic job satisfaction and affect. *Teaching and Teacher Education*, 113, 103668.
- Lussier, R. N., & Hendon, J. R. (2018). *Human resource management: functions, applications, and skill development*. Springfield College, USA. Third Edition. Thousand Oaks: SAGE Publications. Chapter 11-13.
- Mahamontri, R. (2021). *The Factors Effecting to Employee Efficiency of Automotive Company in Amata City Industry Estate Chonburi* (master's thesis). Burapha University, Chonburi, Thailand. (in Thai)
- Mangalee, S. (2018). *Human capital management*. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press. (in Thai)
- Mingsopa, k., Watthanabut, B., & Muemthep, W. (2023). The Work Motivation that Affecting the Employee Engagement of Support Personnel in Private University at Pathumthani Province. *Nakhon Lampang Buddhist College's Journal*, 12(3), 31-50. (In Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Statistics of International Tourist Arrivals to Thailand Jan - Dec 2023*. (preliminary). Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/706>. (in Thai)
- Mondy, R.W., & Noe, M.R. (2005). *Human Resource Management* (9thed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Office of the National Economic and Social Development Council, Office of the Prime Minister. (2023). *National Economic and Social Development Plan No. 13 (2023—2027)*. *Royal Gazette*. Retrieved from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF. (in Thai)
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Labor. (2023). *Labor situation, 1st quarter of 2023*. Retrieved from <https://www.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/2/2023/06> (in Thai)
- Phadee, J., Suntramethakul, A., & Juangsuwadee, K. (2023). Motivation Factors Affecting Work Efficiency of Sub district Administrative Organization Personnel in Namkhang District, Sisaket Province. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 10(2), 135-151. (in Thai)
- Professional Tour Guide Association of Thailand. (2022). *Roles and duties of the Professional Tour Guide Association of Thailand*. Retrieved from <http://www.pgathaiguide.com/index.php?lay=show&ac=article&Ntype=5&Id=539145141> (in Thai)

- Rojikinnor, R., Gani, A. J. A., Saleh, C., & Amin, F. (2022). The Role of Compensation As a Determinant of Performance and Employee Work Satisfaction: A Study at The PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. 1026-4116. doi:10.1108/JEAS-06-2020-0103.
- Royal Academy. (2011). *Royal Institute Dictionary 2011. Meaning of tour guide*. Bangkok: Nanmee Books Publishing. (in Thai)
- Sitchanangsu, R. (2017). *The influence of motivation on the work efficiency of group employees. Natural Gas Pipeline Business, PTT Public Company Limited*. Master of Business Administration Thesis. General Management Major Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University, Bangkok. (in Thai)
- Srisa-ard, B. (2011). *Basic research*. (9th ed.). Bangkok: Suwiriya San. (in Thai)
- Thansettakij. (2023). *Minimum wage in Thailand in 2023*. Retrieved from <https://www.thansettakij.com/business/economy/583033> (in Thai)
- The World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2019*. Retrieved from <https://www2.unwto.org/publication/unwto-world-tourism-barometer-and-statistical-annex-january-2019>.
- Tourism Business and Tour Guide Act. (2008). *Tourist Business and Tour Guide Act 2008*. Royal Gazette. Volume 125, Chapter 29 A, pages 1-27. (in Thai)
- Wannathanom, C. (2009). *Tourism industry*. Bangkok: Samlada. (in Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Yotoo, T. (2022). *Factors Related to the Efficiency of Person Performance of Rayong Provincial Administrative Organization* (master's thesis). Burapha University, Chonburi, Thailand. (in Thai)

