



คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของธุรกิจนำเที่ยว The Relationship between Service Quality and Satisfaction With Services of Tourism Business

ประนิมม คันธรส¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ และมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

1. ความพึงพอใจในการบริการของธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจความพึงพอใจด้านการบริการภายใน

2. คุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านระบบการให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการบริการมีความสัมพันธ์ทุกด้านและทุกประเด็น

ABSTRACT

This research focused on survey research was under taken and the objective were to study the relationship between service quality and satisfaction with services of tourism business. The objectives to study the personal factors and services quality, satisfaction of tourism services and relationship between service quality and tourist satisfaction with tourism service. The population was foreign tourists who used tourism services in Bangkok. The sample group was 400 foreign tourists who used tourism services in Bangkok. The research instrument used was self-reported

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา Master CF Business Administration Tourism and Hotel
วิทยาลัยนานาชาติเซนเทรเซีย จังหวัดนครนายก ตำแหน่งงานผู้จัดการทั่วไป สถานที่ทำงานบริษัท อินโนเวชั่น จำกัด



questionnaires with 5-point rating scale. Statistics used in analyzing the data are percentage, means, standard deviation, and Pearson correlation coefficients.

The findings show that:

1) For the satisfaction with the tourism services, most of the respondents rated the services at a high level. When analyzing each aspect, it is found that the satisfaction with public relations got the highest means and the satisfaction with services inside tourist places got the lowest means. (2) For the service quality of tourism services, the respondents rated their opinions at a high level. When analyzing each aspect, it is found that the highest means are for service systems and the lowest means are on facilities. (3) For the analysis of the relationship between service quality and tourist satisfaction with tourism services, it is found that there are relationships in all aspects.

Keywords : Service quality, Tourist Satisfaction, Tourism business, Bangkok

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า หรือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2556) กล่าวกับฐานเศรษฐกิจว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดว่าปี 2557 จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติราว 28 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.32 ล้านล้านบาท จะเห็นได้จากการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตขึ้นมากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรมเริ่มมีการพัฒนาบุคคล ซึ่งไม่เพียงพอต่อการบริการ และยกระดับมาตรฐานการบริการ และเพิ่มคุณค่าของการให้บริการขาดแคลนพนักงานบริการเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการมีจุดเด่นอยู่ที่คน สิ่งสำคัญ คือ การทำเรื่องมาตรฐานวิชาชีพสำหรับธุรกิจบริการให้มีมาตรฐานเดียวกันทั้ง



10 ประเทศ ในกลุ่ม AEC (ฐานเศรษฐกิจ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว จึงหันมาสนใจการให้บริการที่มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้มาท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการบริการ ธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจในการบริการจะนำมาซึ่งความจงรักภักดีต่อธุรกิจนำเที่ยวให้อยู่ได้อย่างยั่งยืนจากสภาพปัญหา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณภาพการบริการที่มีคุณภาพสัมพันธ์ กับความจงรักภักดีต่อธุรกิจนำเที่ยว เพื่อผลที่ได้จะนำเสนอต่อผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวนำมา กำหนดนโยบายการบริการให้มีมาตรฐานเพื่อสร้างความพึงพอใจธุรกิจนำเที่ยว

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. ข้อมูลของผู้เลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวคือใคร
2. คุณภาพบริการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด
3. ความพึงพอใจการบริการของธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับใด
4. คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของธุรกิจนำเที่ยวจริงหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการนำเที่ยว
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการบริการของบริษัทนำเที่ยว
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจในการบริการของบริษัทนำเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ขอบเขตเนื้อหา** การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อธุรกิจนำเที่ยว

ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมา เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้น ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลาเนาที่พักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน คุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวด้านกระบวนการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการของพนักงาน ราคาและการจำหน่าย และด้านความปลอดภัย

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการบริการธุรกิจนำเที่ยว และความจงรักภักดี อาศัยแนวคิดทฤษฎีของ ถาวร ธงสถาพรวัฒนา (2551) ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการบริการภายในสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบุคลากรบริการ ด้านราคา ด้านโปรแกรมทัวร์



ด้านความปลอดภัย และด้านการประชาสัมพันธ์ ดร.ณิ นาคประเสริฐ (2555) ความจงรักภักดี ประกอบด้วย การใช้บริการซ้ำ การแนะนำ การบอกต่อ การมีทัศนคติที่ดีต่อการนำเที่ยว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในเขตบางรัก ซึ่งไม่สามารถนับจำนวนได้
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในเขตบางรัก ซึ่งได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) กำหนดของเขตความคลาดเคลื่อนที่ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สถิติพื้นฐาน 1) ค่าร้อยละโดยใช้สูตร Percentage (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 อ้างใน พิมพ์กมล ทิพย์มนตรี และคณะ, 2555) 2) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ 1) การหาความเที่ยงตรง 2) การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบรอก (อ้างใน พิมพ์กมล ทิพย์มนตรี และคณะ, 2555)

3.3 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการบริการกับความพึงพอใจในการบริการของธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ และมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

1. ความพึงพอใจในการบริการของธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจ ด้านการบริการภายใน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. คุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวโดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านระบบการให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการบริการ มีความสัมพันธ์ทุกด้านและทุกประเด็น



อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการบริการธุรกิจนำเที่ยว มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. คุณภาพการบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยมาก อาจเป็นเพราะสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมและกระทรวงการท่องเที่ยวรองรับคุณภาพการบริการท่องเที่ยวเพื่อมาตรฐานเพื่อประกอบการท่องเที่ยว ดังนั้น คุณภาพการบริการผู้ตอบแบบสอบถามจึงเห็นด้วยมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการอาจเป็นเพราะบริษัทนำเที่ยว เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวมีการพัฒนาและฝึกอบรมตามความต้องการบริการของนักท่องเที่ยว และมีหน่วยงานหลายหน่วยงานให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการให้บริการนำเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยได้ถูกยอมรับเป็นศูนย์กลางของการนำเที่ยว และรองรับการท่องเที่ยวที่มีผู้มาท่องเที่ยวปี 2557 ถึง 28 ล้านคน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงเห็นด้วยมาก ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยน้อย อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวมีมากเกือบทั่วประเทศไทย จึงทำให้การบริการและความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวไม่เพียงพอ

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริการธุรกิจนำเที่ยว ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมาก อาจเป็นเพราะบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ประกอบมาตรฐานจนกลายเป็นมืออาชีพและในประเทศไทย มีธุรกิจนำเที่ยวมากมีการแข่งขันในการบริการที่แตกต่าง มีระบบการบริการที่ประทับใจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจ ซึ่งการพึงพอใจในการบริการนี้จะทำให้ผู้ท่องเที่ยวมาใช้บริการอีก และเกิดความประทับใจจนกลายเป็นความจงรักภักดีต่อธุรกิจนำเที่ยว ทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และนอกจากนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังมีกลยุทธ์ให้นักท่องเที่ยวหลงรักประเทศไทย และมีการสร้างกลยุทธ์ให้ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้ต่างชาติรับรู้สม่ำเสมอ มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตลอดเวลา รวมทั้งใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยวให้มีการท่องเที่ยว ส่วนการบริการภายในสถานที่ท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรหันมาให้ความสำคัญด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจน้อยเกี่ยวกับการบริการภายในสถานที่นำเที่ยว ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวควรดูแลการบริการในสถานที่นำเที่ยวให้ลูกค้าพอใจด้วย หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญในการบริการ



2. คุณภาพการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการนำเที่ยว ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น คมนาคมการบริการ มีรถนำเที่ยวประจำ สาธารณูปโภค เพียงพอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการ เพื่อที่จะได้จัดการคุณภาพบริการให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว
2. ควรวิจัยความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อผลการวิจัยจะได้ทราบความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการได้เหมาะสม
3. ควรวิจัยความต้องการการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อที่จะได้จัดการท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการ

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

ฐานเศรษฐกิจ. (2556). *เอกสารจี้รัฐบาลสกัดจุดอ่อน*. ฉบับที่กรกฎาคม 2556(1), หน้า 23.

ถาวร ชงสถานพรวัฒนา. (2551). *พฤติกรรมทางเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น.

สุจิตรา จันทนา. (2551). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจการมาท่องเที่ยวของนักศึกษาจีนในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร : มปท.

วิลาวรรณ สุขมาก. (2549). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น.

สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรม. (2553). *การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : ททท.

อัสสำเนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 13 ก.ย. 56. กรุงเทพมหานคร : ททท.

ดรุณี นาคประเสริฐ. (2555). *การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อธุรกิจโรงแรมในเขต กทม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น.

Yamane T. (1967). *Statistic an Introductory Analysis*. New York Harper and Row.