

คุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Measuring Service Quality of Tourism Information Center at Suvarnabhumi Airport

รติรส อินกล้า*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวัดระดับคุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้รับการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาเข้า ชั้น 2 ประตู 3 และประตู 10 จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 21-30 ปี เชื้อชาติยุโรป การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 3,001-4,000 ดอลลาร์ มีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการและทัศนคติต่อข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต การแนะนำการท่องเที่ยว และการใช้บริการศูนย์ท่องเที่ยวซ้ำ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าพัก สถานที่ท่องเที่ยว ความมั่นใจและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าทัศนคติต่อคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวในอนาคต แนวโน้มการแนะนำการท่องเที่ยวและแนวโน้มการรับบริการ

* เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและทัศนคติคุณภาพข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังจากใช้บริการศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น วันเข้าพักเพิ่มขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และงบประมาณการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : ศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว คุณภาพบริการ ท่าอากาศยาน

Abstract

This research aims to study the measuring of service quality the tourist information center, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport, the tourist information center is located the arrival hall on the 2nd floor is located gate 3 and 10. The sample group is foreign visitors traveling in Thailand who can communicate and read English. The data were collected by questionnaire and analyzed with both descriptive and inferential statistics.

The results reveal that the most of the samples are female, age between below 20-30 years old with the highest education bachelor degree, Europe nationality, working as private company employee, with monthly income between US\$3,001-4,000 per month. The tourists on average service quality, information quality, tendency behavior and tourist behavior at high level.

The hypothesis testing results reveals the attitudes to service quality are positively correlated with tendency to visiting Thailand to intend to visit Thailand again in near future, intend to recommend others to visit Thailand, intend to use this information center again when visit Thailand. The findings indicated that the attitudes to information provided by tourist information are positively correlated with travel behavior after visiting the tourist information center.

Keywords : Tourism Information Center, Service Quality, Airport

บทนำ

การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปัจจุบันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2544) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางด้วยตนเองหรือการเดินทางท่องเที่ยวอิสระ (Free & Independent traveler: Fit) เริ่มเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ที่สนใจการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์มากกว่าราคาถูกและความต้องการการบริการที่มีคุณภาพ (TAT Journal, 2012) การบริการที่มีคุณภาพเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ เนื่องจากการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ขอรับบริการได้อย่างมีมาตรฐานและความเป็นเลิศก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและความประทับใจ (ประคอง พานิชกุล, 2553)

เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาถึงประเทศไทยผ่านทางท่าอากาศยานสนามบินสุวรรณภูมิ เมื่อผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองออกมาแล้วอาจพบกับปัญหาในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การเดินทางไปยังที่ต่างๆ ได้ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในประเทศ หรือต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมด้านการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงได้จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาเข้า ชั้น 2 ประตู 3 และประตู 10 เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อถือได้ ทั้งตราสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

การบริการข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ เพราะเปรียบเสมือนการช่วยเหลือ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่รับบริการให้บรรลุความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างความประทับใจในการบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ดี ทำให้เกิดความไว้วางใจในการใช้บริการในอนาคต รวมไปถึงเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซ้ำและการแนะนำการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลดีถึงระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการและต่อข้อมูลการท่องเที่ยวของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ และทัศนคติด้านข้อมูลข่าวสารการกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล โดยการนำคำนิยามความหมายที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและกรอบแนวคิดในงานวิจัย ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนต่างๆ 5 ส่วน คือ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนทัศนคติคุณภาพการบริการ ส่วนทัศนคติข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ส่วนแนวโน้มการท่องเที่ยว และส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ข้อคำถามทั้ง 4 ส่วน ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมาตรวัดแบบลิเคิร์ต กำหนดค่าของคะแนนเป็น 5 ช่วง คือ มากที่สุด (4.21-5.00) มาก (3.41-4.20) ปานกลาง (2.61-3.40) น้อย (1.81-2.60) น้อยมาก (1.00-1.80)

การเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลของงานวิจัย ใช้วิธีการแบ่งตามความสะดวกและความยินดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการตอบแบบสอบถาม โดยมีแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป	ร้อยละ	ลักษณะทั่วไป	ร้อยละ
เพศ		อาชีพ	
1. ชาย	49.70	1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13.30
2. หญิง	50.30	2. พนักงานบริษัทเอกชน	37.50
อายุ		3. แม่บ้าน/พอบ้าน	6.70
1. อายุต่ำกว่า 21-30 ปี	51.80	4. ผู้ประกอบการ	10.00
2. อายุ 31-40 ปี	26.20	5. นักเรียน/นักศึกษา	17.00
3. อายุ 41-50 ปี	11.50	6. อื่นๆ	15.40
4. อายุ 51-60 ปีขึ้นไป	10.50	รายได้	
เชื้อชาติ		1. น้อยกว่า US\$ 1,000	18.30
1. เอเชีย	31.80	2. US\$ 1,001-2,000	17.30
2. ยุโรป	46.80	3. US\$ 2,001-3,000	19.00
3. อื่นๆ	21.40	4. US\$ 3,001-4,000	20.50
การศึกษา		5. US\$ 4,001-5,000	12.70
1. มัธยม/อาชีวศึกษา	17.50	6. มากกว่า US\$ 5,000	12.20
2. อนุปริญญา	22.00		
3. ปริญญาตรี	40.50		
4. สูงกว่าปริญญาตรี	20.00		

ผลการวิจัย

ทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน โดยภาพรวมของทัศนคติคุณภาพการบริการ ด้านการจับต้องได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ด้านการตอบสนองการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และด้านการเอาใจใส่การบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

ตารางที่ 2 ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว

ทัศนคติคุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ทัศนคติ
ด้านการจับต้องได้			
1.บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ	4.47	.686	ดีมาก
2.ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	4.37	.784	ดีมาก
3. ความสะอาดของศูนย์บริการข่าวสาร	4.53	.678	ดีมาก
4.ความน่าสนใจของข้อมูล	4.45	.751	ดีมาก
รวม	4.45	.619	ดีมาก
ด้านความน่าเชื่อถือ			
1.ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	4.44	.726	ดีมาก
2.พนักงานสามารถสื่อสารได้อย่างราบรื่น	4.44	.753	ดีมาก
3.นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ประโยชน์	4.47	.714	ดีมาก
รวม	4.44	.648	ดีมาก
ด้านการตอบสนองการบริการ			
1.พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ	4.52	.668	ดีมาก
2.พนักงานมีความกระตือรือร้น	4.51	.675	ดีมาก
3.พนักงานมีความรวดเร็ว	4.51	.686	ดีมาก
4.การบริการของพนักงานเข้าถึงง่าย	4.53	.704	ดีมาก
5.พนักงานตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว	4.54	.700	ดีมาก
รวม	4.52	.590	ดีมาก
ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ			
1.ความน่าเชื่อถือ	4.31	.786	ดีมาก
2.ความสุภาพของพนักงาน	4.40	.775	ดีมาก
3.คุณภาพการบริการที่ดี	4.42	.735	ดีมาก
รวม	4.37	.680	ดีมาก
ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ			
1.เจ้าหน้าที่รับฟังอย่างตั้งใจ	4.53	.675	ดีมาก
2.เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลตรงตามความต้องการ	4.51	.736	ดีมาก
3.เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว	4.52	.718	ดีมาก
รวม	4.52	.6485	ดีมาก

ทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสาร

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยภาพรวมของทัศนคติข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพด้านข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ด้านความสัมพันธ์ของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านความถูกต้องของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และด้านประโยชน์ของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อข้อมูลข่าวสารของศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว

ทัศนคติข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ทัศนคติ
ด้านประสิทธิภาพของข้อมูล			
1.ข้อมูลในแผนผังมีความเป็นระเบียบ	4.45	.685	ดีมาก
2.ข้อมูลที่จัดในชั้นวางมีความเป็นระเบียบ	4.42	.720	ดีมาก
3. ข้อมูลสามารถมองหาได้ง่าย	4.43	.752	ดีมาก
รวม	4.43	.647	ดีมาก
ด้านความสัมพันธ์ของข้อมูล			
1.ระบบข้อมูลมีความทันสมัย	4.25	.816	ดีมาก
2.ระบบข้อมูลมีความทันสมัย	4.30	.839	ดีมาก
3. แผนที่และเส้นทางในแผนผังมีความทันสมัย	4.29	.867	ดีมาก
รวม	4.27	.775	ดีมาก
ความถูกต้องของข้อมูล			
1.ข้อมูลมีความถูกต้อง	4.37	.764	ดีมาก
2.ข้อมูลมีความครอบคลุมทุกด้าน	4.40	.718	ดีมาก
3. การใช้ภาษาของข้อมูลมีความถูกต้อง	4.34	.718	ดีมาก
รวม	4.36	.704	ดีมาก
ด้านประโยชน์ของข้อมูล			
1.ข้อมูลเป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยว	4.52	.690	ดีมาก
2.สามารถใช้ข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยว	4.50	.715	ดีมาก
3. เนื้อหาของข้อมูลเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.51	.708	ดีมาก
รวม	4.36	.704	ดีมาก

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ความตั้งใจในการแนะนำบุคคลอื่นๆในการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และความตั้งใจในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

ตารางที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตของนักท่องเที่ยว

แนวโน้มการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ แนวโน้ม
1.ความตั้งใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต	4.40	.788	มากที่สุด
2.ความตั้งใจในการแนะนำบุคคลอื่นๆในการท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.59	.631	มากที่สุด
3. ความตั้งใจในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวซ้ำ	4.49	.749	มากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อคุณภาพการบริการกับแนวโน้มการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มการใช้บริการศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยวซ้ำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติคุณภาพการบริการในระดับปานกลางที่ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .486 ซึ่งเป็นค่าที่มีความสัมพันธ์สูงสุดใน 3 แบบ รองลงมา คือ แนวโน้มแนะนำการท่องเที่ยวซึ่งมีความสัมพันธ์กับทัศนคติคุณภาพการบริการในระดับค่อนข้างต่ำที่ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .320 และแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติคุณภาพการบริการในระดับค่อนข้างต่ำที่ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .277 ดังนั้นจากสมมติฐานที่ตั้งไว้จึงพบว่า ผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติคุณภาพบริการกับแนวโน้มการท่องเที่ยว

แนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยว	n	r	Sig.	ทัศนคติคุณภาพการบริการ	
				ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แนวโน้มการท่องเที่ยวใน อนาคต	400	.277**	.000	ค่อนข้างต่ำ	ทิศทาง เดียวกัน
แนวโน้มแนะนำการท่องเที่ยว	400	.320**	.000	ค่อนข้างต่ำ	ทิศทาง เดียวกัน
แนวโน้มการใช้บริการ ศูนย์บริการข่าวสารการ ท่องเที่ยวซ้ำ	400	.486**	.000	ปานกลาง	ทิศทาง เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับปานกลางที่ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .477 ซึ่งนับว่าเป็นค่าความสัมพันธ์ที่สูงที่สุดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังจากใช้บริการศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านวันเข้าพักเพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับปานกลางที่ความสัมพันธ์เท่ากับ .471 ด้านค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับปานกลางที่ความสัมพันธ์เท่ากับ .427 และด้านการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับปานกลางที่ความสัมพันธ์เท่ากับ .411 ดังนั้นจากสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติคุณภาพบริการกับแนวโน้มการท่องเที่ยว หลังจากให้บริการศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	r	ทัศนคติข้อมูลการท่องเที่ยว		
			Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
กิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	400	.510**	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
วันเข้าพักเพิ่มขึ้น	400	.471**	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	400	.411**	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจมากขึ้น	400	.477**	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
การใช้จ่ายเพิ่มขึ้น	400	.427**	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การวัดระดับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติคุณภาพการบริการในด้าน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การเข้าถึงได้ง่าย และ การรับฟังอย่างตั้งใจ ซึ่งมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคาดหวังในการขอรับบริการที่รวดเร็วและตรงความต้องการ รวมถึงการรับฟังอย่างตั้งใจจะสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างถูกต้องและตอบสนองกับความคาดหวังได้ผล การวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของ รุ่งนภา ทิวประยูร (2551) ได้ศึกษาถึง คุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาเลซ ผลการศึกษาพบว่า ด้านพนักงานมีความจริงใจช่วยเหลือลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการมีความรวดเร็ว และ เจ้าหน้าที่ให้ความใส่ใจต่อคำร้องของลูกค้า มีระดับความคาดหวังสูงสุดของแต่ละด้าน เนื่องจากผู้รับบริการมีความคาดหวัง

ในการขอความช่วยเหลือจากพนักงาน ซึ่งทำให้ความคาดหวังการตอบสนองการบริการของพนักงานสูงขึ้นด้วย

2. ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับ แนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ความตั้งใจในการแนะนำบุคคลอื่นให้ท่องเที่ยวในประเทศไทย ความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และความตั้งใจในการขอรับบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยวซ้ำ เนื่องจากการได้รับการบริการของศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ดีและการได้รับความเป็นมิตรที่อบอุ่นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในขั้นแรกที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย บวกกับการได้รับการบริการที่ดีจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดได้รับประสบการณ์ในการเดินทางที่ดีและจะสามารถบอกต่อถึงความประทับใจนี้ให้แก่บุคคลอื่นๆด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2529) ได้ศึกษาถึง การสำรวจและการศึกษารายละเอียดและทัศนคติที่มีต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทย ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 27 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากเพื่อนที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมาแล้ว ซึ่งนอกจากแหล่งท่องเที่ยวแล้วความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทยก็สามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

3. ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับ แนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความตั้งใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต ซึ่งนอกจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย ความคุ้มค่าเงินแล้วการมีอัธยาศัยที่ดีของคนไทยเป็นเสน่ห์ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เช่นกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัย การประเมินพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย (สุพิร์ ลิ้มไทย และคณะ, 2547) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกแน่นอน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติที่ดีและมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้ง 6 ด้าน คือ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าไทย คุณภาพการบริการ ความปลอดภัย ขนบธรรมเนียมประเพณี และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรปรับปรุงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพราะการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปัจจุบันเปลี่ยนไปในแต่ละปี จึงต้องมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารใหม่อยู่เสมอจึงจะสามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อีกต่อไป เนื่องจากผลการศึกษาค้นคว้า ทศนคติข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยภาพรวมด้านความตรงประเด็น มีค่าเท่ากับ 4.29 และข้อมูลที่ทันสมัย มีค่าเท่ากับ 4.25 ซึ่งเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆแล้วมีค่าน้อยที่สุดในกลุ่ม ดังนั้น การปรับปรุงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยก็จะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจและการได้รับข้อมูลที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์

2. องค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายทางภาษาเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเชื้อชาติเอเชียเพิ่มขึ้นในอนาคต เช่น การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการปรับปรุงเจ้าหน้าที่ให้มีความหลากหลายทางภาษา เช่น ภาษาจีน ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาค้นคว้า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอรับบริการศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นเชื้อชาติยุโรป รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวเชื้อชาติเอเชีย ดังนั้นการปรับปรุงความหลากหลายทางภาษาของเจ้าหน้าที่และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอาจช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

4. องค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอาคารผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เนื่องจากการศึกษาทัศนคติคุณภาพการบริการพบว่า ด้านความเชื่อมั่น มีค่าเท่ากับ 4.37 ซึ่งมีค่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาแนวทางเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงและข้อเสนอแนะของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ทั้งในด้านคุณภาพการบริการและข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำไปปรับปรุงการบริการของศูนย์บริการข่าวสารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษา มาตรฐานและการบริการ ของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อจัดทำแนวทางในการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้มีมาตรฐานเดียวกัน ไม่เพียงแต่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเท่านั้น แต่ต้องรวมไปถึงศูนย์บริการข่าวสาร ณ จุดต่างๆที่ให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติด้วย

3. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานของผู้ให้บริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อสร้างให้ศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยวและองค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทราบถึงศักยภาพการให้บริการ

บรรณานุกรม

- ประคอง พานิชกุล. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุพิร์ ล้มไทย และคณะ. (2547). การประเมินพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย. เอกสารวิจัย คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว . (2555). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- อารยา วรรณประเสริฐ. (2542). ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอชส์ ฤกษ์ปฎิมา. (2551). คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิตามความคิดเห็นของผู้โดยสารชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- A.Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for future Research*. Vol 49. American Marketing Association. Pp.47. London: Cambridge University.
- A.Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. (1998). Servqual: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 1998. 1 (Spring). Pp. 23.