ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2556
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย
The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

THE INTERNATIONAL TOURIST'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI AIRPORT

Miss Chontirot Sukhom

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science
Faculty of Sports Science
Chulalongkorn University
Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
โดย	นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณพิสุทธิ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.นพรัตน์ ศุทธิถกล)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ชลธิรศน์ สุขหอม : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (THE INTERNATIONAL TOURIST'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI AIRPORT) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร.สมบัติ กาญจนกิจ, 166 หน้า.

การวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการบริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ และเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน ที่ได้จากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกเก็บเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจใช้การทดสอบค่าที Paired sample t-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างชาวเอเชียและชาวยุโรปใช้การทดสอบค่าที Independent t-test เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ผู้วิจัยจะนำมาสรุปและเสนอในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังต่อการบริการระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจระดับมากต่อการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่า ในด้านคุณภาพการบริการบุคคล และด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน และผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่าไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้น พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2556 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

5578404739 : MAJOR SPORTS SCIENCE
KEYWORDS: EXPECTATION / SATISFACTION / INTERNATIONAL TOURIST / TOURIST INFORMATION CENTER / SERVICE

CHONTIROT SUKHOM: THE INTERNATIONAL TOURIST'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI AIRPORT. ADVISOR: PROF. DR.SOMBAT KARNJANAKIT, 166 pp.

This research was to investigate expectation and satisfaction of international tourists on Suvarnabhumi airport tourist information center’s services.

The purposes of study were: 1) to investigate expectation and satisfaction of international tourists 2) to compare expectation and satisfaction of these tourists and 3) to compare between Asian and European tourists. Research procedure, subjects were 400 international tourists who visited the airport tourist information center’s service with purposive of Asian and European tourists. Survey research was utilized and then using data analysis in term of frequency, percentage, arithmetic means, standard deviation and t-test was employed in order to compare both expectation and satisfaction of international tourists and also Asian and European tourists.

Results were follows: 1) International tourists had high level of expectation on four aspects of visitor information services; Service quality of personnel, Data, Location, and Facilities. 2) International tourists had high level of satisfaction. The highest level of satisfaction was associated with Service quality of personnel; while, there were high level of satisfaction on Data, Location and Facilities. 3) Comparison between expectation and satisfaction represented a significant difference .05 on service quality of personnel and Data. However, there was no significant difference on location and facilities. 4) There was no significant difference on expectation and satisfaction between Asian and European tourists.

In conclusion, international tourists had high level of expectation and satisfaction on services of tourist information center at Suvarnabhumi airport. Nevertheless, a comparison between expectation and satisfaction represented a significant difference .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Field of Study: Sports Science Student's Signature .....

Academic Year: 2013 Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยความกรุณาและการได้รับความช่วยเหลืออย่างดีจากศาสตราจารย์สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาชี้แนวทาง ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้คำปรึกษาจนสำเร็จ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ดร.ประพัฒน์ ลักษณพิสุทธิ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ดร.นพรัตน์ ศุทธิถกล กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัยในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ที่ได้กรุณาให้ความรู้ ให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยความเมตตาและเอาใจใส่

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุคนธทรัพย์ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล ดร.นิพัทธ์ อึ้งปกรณ์แก้ว และอาจารย์มรกต บุญชัยศิริ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่งานให้บริการข่าวสาร การท่องเที่ยวประเทศไทยทุกท่านที่กรุณาคอยอำนวยความสะดวกและคอยช่วยเหลือผู้วิจัยในการแจกแบบสอบถาม และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน บุคลากรทุกคน รวมทั้งเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคน ในคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเพื่อนๆภายนอกที่คอยให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการทำวิจัย และให้กำลังใจตลอดมา

ผู้วิจัยต้องกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้ให้กำเนิด ให้ความรักดูแลเอาใจใส่ผู้วิจัยมาตลอด รวมทั้งญาติพี่น้องที่คอยเป็นกำลังใจที่ช่วยผลักดันให้การวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมาและมิได้กล่าวมาในที่นี้ จึงขอบพระคุณมาในที่นี้ด้วย

Chulalongkorn University

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญภาพ ..... ฑ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 3

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย 4

ประโยชน์ที่ได้รับ 5

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง 6

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ 15

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ 20

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 28

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว 36

ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 45

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 53

งานวิจัยต่างประเทศ 58

กรอบแนวคิดในการวิจัย 61

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 62

ประชากร 62

กลุ่มตัวอย่าง 62

วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง 63

หน้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 63
การเก็บรวบรวมข้อมูล 66
การวิเคราะห์ข้อมูล 66
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 68
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 68
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 70
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 78
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 85
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 92
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 99
ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 106
ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อแนะนำและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 113
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ 115
สรุปผลการวิจัย 116
อภิปรายผลการวิจัย 118
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย 123
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 125
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 126
รายการอ้างอิง 127

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หน้า

ภาคผนวก..... 131
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 166

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามเพศ.....	70
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามอายุ.....	70
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	71
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	72
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว โดยจำแนกตามถิ่นพำนักที่อยู่อาศัย.....	72
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย.....	74
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้.....	75
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้.....	75
ตารางที่ 10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง.....	76
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ.....	76
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามประเภทข้อมูลที่สอบถาม.....	77

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว..... 78

ตารางที่ 14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสถานที่..... 79

ตารางที่ 15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 80

ตารางที่ 16 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร..... 81

ตารางที่ 17 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว..... 83

ตารางที่ 18 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว..... 85

ตารางที่ 19 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสถานที่..... 86

ตารางที่ 20 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 87

ตารางที่ 21 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร..... 88

ตารางที่ 22 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว..... 90

ตารางที่ 23 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว 92

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 24 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว จำแนกตามด้านสถานที่..... 93

ตารางที่ 25 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 94

ตารางที่ 26 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร..... 95

ตารางที่ 27 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว..... 97

ตารางที่ 28 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปจำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว..... 99

ตารางที่ 29 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสถานที่ตั้ง..... 100

ตารางที่ 30 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 101

ตารางที่ 31 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร 102

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 32 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว..... 104

ตารางที่ 33 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว..... 106

ตารางที่ 34 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสถานที่..... 107

ตารางที่ 35 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 108

ตารางที่ 36 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร..... 109

ตารางที่ 37 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว..... 111

ตารางที่ 38 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ให้ความคิดเห็นและข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นหมวดหมู่ตามองค์ประกอบในการประเมิน ระดับคุณภาพมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว..... 113

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	ตัวแบบความคาดหวังของผู้บริโภค.....	7
ภาพที่ 2	ความต้องการทั้ง5ขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์.....	10
ภาพที่ 3	ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคาดหวัง.....	11
ภาพที่ 4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง คุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง.....	13
ภาพที่ 5	ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า.....	17
ภาพที่ 6	โครงสร้างการบริหารงานของฝ่ายบริการการตลาด.....	48

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและสามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศชาติ จากการรายงานข้อมูลขององค์กรการท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้ระบุว่าในช่วงปีพ.ศ.2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศ ประมาณ 1,035 ล้านคน โดยมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ในเกือบทุกภูมิภาค และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดถึงร้อยละ 7 (UNWTO, 2013) ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียซึ่งมีทรัพยากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมากเลือกที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จากการเก็บข้อมูลทางสถิติของกรมการท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2555 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนมากถึง 22,353,903 ล้านคน โดยเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 16.24 จากปีพ.ศ.2554 จึงทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถึง 983,928.36 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26.76 (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสามารถทำรายได้ให้คนไทยและชาติไทยได้อย่างดี รัฐบาลจึงเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อที่จะดำเนินการดูแลให้การท่องเที่ยวไทยมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำมาซึ่งรายได้ในการพัฒนาประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางของรัฐที่สำคัญที่สุดในการดูแลงานด้านการตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยว และกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือการอำนวยความสะดวกให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เดินทางมายังประเทศไทย

การบริการข้อมูลท่องเที่ยวช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ประหยัดงบประมาณในการเดินทาง และรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และการได้รับการอำนวยความสะดวกของข้อมูลท่องเที่ยวที่ดี และได้รับการบริการที่ดีนั้นยังสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและมีเจตคติที่ดีต่อหน่วยงานและประเทศชาติ อีกทั้งยังก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และสร้างความเชื่อมั่นต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยว

ทั้งประเทศจำนวน 38 ศูนย์บริการโดยกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นสนามบินนานาชาติประจำประเทศไทย ซึ่งได้เปิดใช้ตั้งแต่ปีพ.ศ.2549โดยเฉพาะในปีพ.ศ.2555 มีผู้ใช้บริการเข้า-ออกทั้งชาวไทยและต่างชาติจำนวน 47,800,585 คน (ท่าอากาศยานไทย, 2556) เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เฉพาะเดินทางขาเข้ามาจำนวน 14,143,087 คน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาที่สนามบินมากที่สุดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปเอเชียจำนวน 7,936,384 คน และรองลงมาคือทวีปยุโรปจำนวน 4,035,474 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2556) และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิยังเป็นศูนย์กลางในการเดินทางไปยังภูมิภาคต่างๆของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นท่าอากาศยานสุวรรณภูมิถือได้ว่าเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกใช้การเดินทางทางอากาศเดินทางเข้ามายังประเทศไทยจะได้พบเป็นด่านแรก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจึงเป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เห็นถึงความสำคัญ จึงได้จัดตั้งให้มีศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยจัดให้บริการ 2 แห่ง คือ บริเวณชั้น 2 ประตู 3 และประตู 10 ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ในปีพ.ศ.2555 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการถึง 87,703 คน (งานบริการข่าวสาร, 2556)

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมินับเป็นหัวใจสำคัญต่อการท่องเที่ยวไทย และการบริการ ณ สถานที่ดังกล่าวยังไม่เคยมีการประเมินการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติว่าเป็นอย่างไรบ้าง อีกทั้งยังไม่ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการสิ่งใดจากการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาในแก้ไขปรับปรุงการบริการของศูนย์บริการข้อมูลให้ดียิ่งขึ้น และพัฒนาการบริการให้ตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการก่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาเสนอให้แก่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาและตัดสินใจในการวางแผนปรับปรุงแก้ไข โดยการบริการที่ดีของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย อาจเกิดการบอกต่อแก่นักท่องเที่ยวคนอื่นๆ และอาจทำให้อยากมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีกครั้ง อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศไทยอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศ-ยานสุวรรณภูมิ

3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปต่อการให้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรกลุ่มเป้าหมายในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวยุโรปและชาวเอเชีย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยจำแนกตามองค์ประกอบของมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวดังนี้ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร และด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว(สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2556)

ขอบเขตด้านเวลา ทำการวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึง มีนาคม พ.ศ.2557 โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2557

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจกันตรงกันและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของคำต่างๆที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย โดยไม่ได้มีสัญชาติไทย มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปและทวีปเอเชีย และสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ และมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์อื่นที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักแหล่งหรือไปอยู่ประจำ

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่อำนวยความสะดวก มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว และข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ตั้งอยู่ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ดำเนินการโดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคาดคะเน มุ่งหวังว่าจะเกิดขึ้นต่อการใช้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านสถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพการบริการของบุคลากร และข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ ประทับใจ รู้สึกดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตามองค์ประกอบของมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวแบบชั่วคราว ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร และด้านข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

การบริการ หมายถึง วิธีการจัดการหรือดำเนินงานที่ตอบสนองให้ผู้มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและประทับใจตามองค์ประกอบของมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวแบบชั่วคราว ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร และข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ความคาดหวัง ความพึงพอใจ การบริการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. ทราบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3. ทราบความแตกต่างของคาดหวังและความพึงพอใจระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียและยุโรปต่อการให้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4. นำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และให้บริการได้ตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
5. ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว
6. ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่ง-ประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

ความหมายที่เกี่ยวกับความคาดหวังนั้น มีผู้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้หลากหลายความหมาย ดังนี้

สิริวรรค์ อัศวกุล (2528) อธิบายว่าความคาดหวัง คือ การที่มนุษย์คิดล่วงหน้าไว้ก่อนซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล

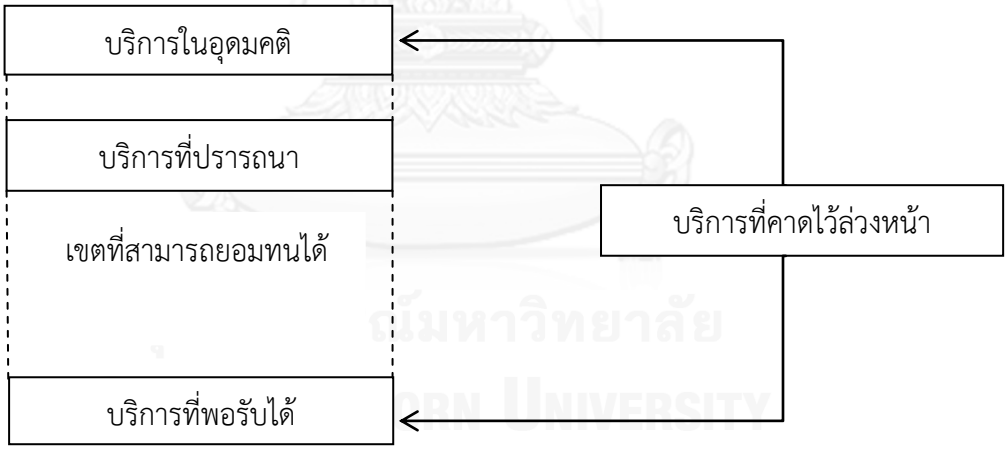
รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) อธิบายว่าความคาดหวังในการใช้บริการ หมายถึงสิ่งที่ผู้รับบริการมักจะสร้างจินตนาการเกี่ยวกับคุณภาพของบริการไว้ในใจก่อนการใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้กล่าวเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าไว้ว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับความหมายของความคาดหวังสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่มนุษย์คาดการณ์หรือมุ่งหวังว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยหากเป็นความคาดหวังในการใช้บริการนั้นอาจหมายถึง สิ่งที่ผู้ใช้บริการคิดคาดการณ์หรือมุ่งหวังไว้ว่าจะเกิดขึ้นหรือได้รับจากการใช้บริการ โดยความคาดหวังดังกล่าวเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ใช้บริการ

ตัวแบบความคาดหวังของผู้บริโภค

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2537) ได้ออกแบบตัวแบบความคาดหวังของผู้บริโภค(A Model - Consumer Expectations) ซึ่งประกอบด้วย 5 ระดับ ได้แก่ ระดับบริการในอุดมคติ ระดับบริการที่ปรารถนา ระดับบริการที่เหมาะสม ระดับบริการที่คาดไว้ล่วงหน้า และเขตที่สามารถยอมทน



ภาพที่1 ตัวแบบความคาดหวังของผู้บริโภค
ที่มา: ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2537)

จะเห็นได้ว่าความคาดหวังนั้นจะประกอบด้วย 5 ระดับด้วยกัน นั่นคือระดับบริการแบบในอุดมคติ ระดับบริการที่ปรารถนา ระดับบริการที่พอรับได้ และระดับบริการที่คาดไว้ล่วงหน้า โดยหากการบริการนั้นเมื่อบริการอยู่นอกขอบเขตที่สามารถยอมทนได้ ลูกค้าจะมีปฏิกิริยาทั้งในทางบวกและทางลบประเภท ความคาดหวังของผู้รับบริการ

สมิต สัมฌกร (2542) การให้บริการเพื่อสร้างความพอใจจะต้องสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความคาดหวังเป็นเรื่องของจิตใจ อาจแสดงออกโดยตรงทางคำพูดบอกกล่าวของผู้รับบริการหรือตั้งสมมติฐานว่าผู้ให้บริการจะต้องรู้เองซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยากว่าจะพิจารณาจากสิ่งใด อาจจำแนกความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นแต่ละด้าน ได้ดังนี้

1. สิ่งที่เห็นได้ ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้เห็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ว่ามีไว้เพียงพอแก่การให้ความสะดวกต่างๆมากน้อยเท่าใด เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัยหรือไม่ จัดเตรียมบุคลากรไว้อย่างไร มากเพียงพอแก่การที่จะให้บริการหรือไม่ มีเครื่องมือสื่อสารที่พร้อมจะให้ความสะดวกหรือไม่ มีวัสดุต่างๆที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกอย่างไร

2. ความรู้สึกร่วม ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้รับ การต้อนรับดูแลอย่างรวดเร็ว การกล่าวคำทักทายที่ยกย่อง แสดงกริยานอบน้อม พูดจาไพเราะ ให้ความเอาใจใส่ดูแลและมีความเป็นกันเอง เมื่อมีข้อสงสัยจะต้องได้รับคำตอบชี้แจงหรือจัดหาให้ตามความต้องการ ผู้รับบริการทุกคนคาดหวังที่จะได้รับความสนใจให้ความสำคัญและให้เกียรติ

3. การสนองตอบ ผู้รับบริการคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงจัง เมื่อต้องการความสะดวกรวดเร็วทันใจและได้รับประโยชน์สูงสุด

4. การให้หลักประกัน ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะมีผู้ให้บริการที่มีความรู้ในเรื่องที่จะบริการอย่างแท้จริง เป็นผู้มีอัธยาศัยที่จะรับเรื่องอันเป็นปัญหาของเขาไว้ เป็นผู้ที่เขาสามารถพูดด้วยอย่างเปิดเผยด้วยความไว้วางใจ และช่วยแก้ปัญหาให้แก่เขาได้ รวมทั้งสามารถสร้างความมั่นใจว่าเขาจะได้บริการที่มีคุณภาพ คุ้มค่าและถูกต้องสมบูรณ์

5. ความเชื่อถือได้ ผู้รับบริการคาดหวังว่าผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติตามที่ได้สัญญา ด้วยการให้บริการที่ถูกต้องสะดวกรวดเร็ว ด้วยการยึดมั่นในคำสัญญาที่จะให้บริการในเรื่องต่างๆอย่างแท้จริง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวัง

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2537) กล่าวว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคาดหวังของผู้บริโภค (Antecedents of Consumer Expectations) ในระยะก่อนการซื้อเป็นผลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาของแต่ละบุคคลต่องานบริการ ปัจจัยด้านสถานการณ์ และปัจจัยที่กิจการเป็นผู้กำหนด

1. **ปัจจัยภายใน (Internal Factors)** ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค ได้แก่

1.1 ความต้องการส่วนบุคคล (Individual Needs) โดยอธิบายได้โดยใช้ตัวแบบลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierachy of Needs Model) ซึ่งมาสโลว์กล่าวว่าความต้องการในขั้นพื้นฐาน หรือขั้นที่ต่ำกว่าต้องได้รับการบำบัดก่อนจึงจะเกิดความต้องการในขั้นที่สูงขึ้น โดยมีลำดับความต้องการทั้ง 5 ขั้นคือ

1.1.1 ความจำเป็นทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) คือความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนต้องการเพื่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร ยา น้ำ เครื่องนุ่งห่ม โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอ และสภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพอ อุณภูมิที่สบาย และการระบายอากาศที่ดี

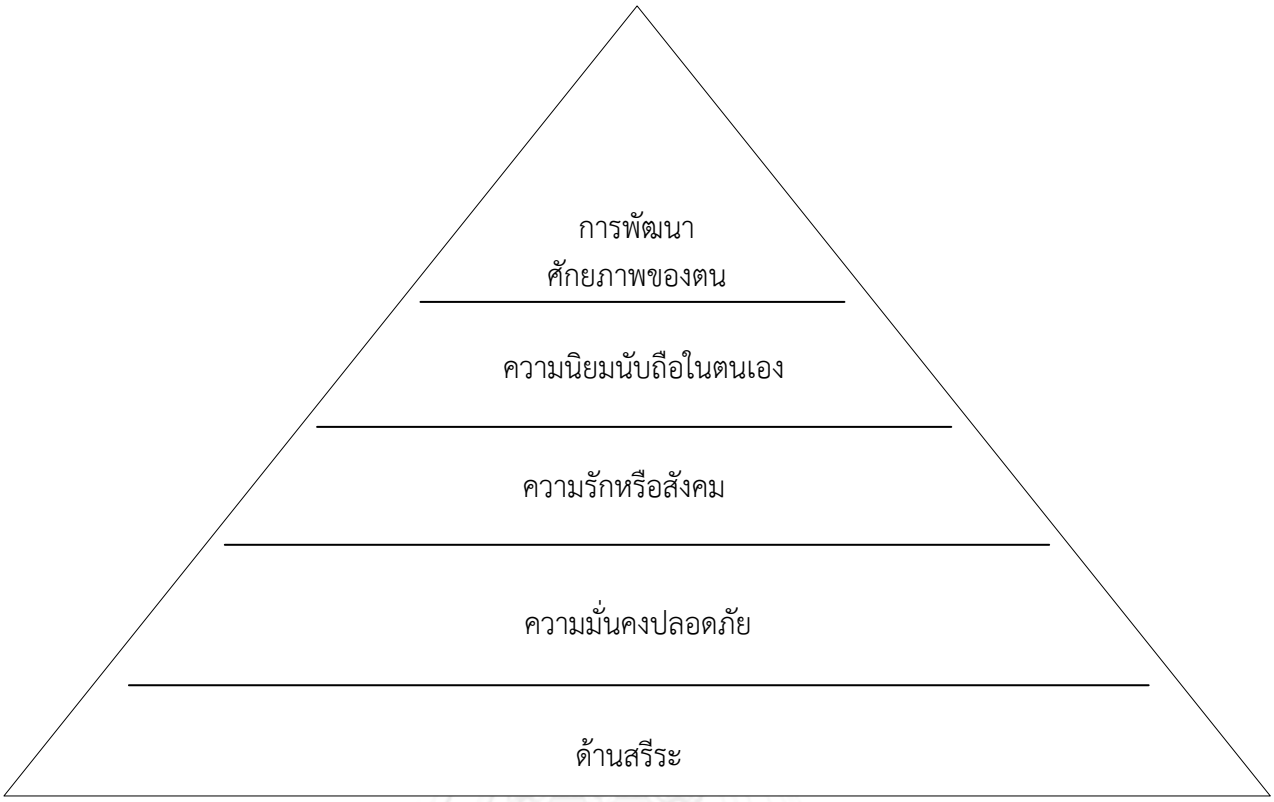
1.1.2 ความมั่นคงและปลอดภัย (Security and Safety Needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายเป็นที่พอใจแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความต้องการในขั้นต่อไป คือให้ตนเองมั่นคงในเรื่องความไม่แน่นอนต่างๆ และปลอดภัยจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด

1.1.3 การยอมรับในสังคมและความเป็นเจ้าของ (Social or Belongingness-Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสมาชิกในครอบครัว ในกลุ่มและบุคคลอื่นๆ

1.2 ความต้องการความยอมรับนับถือ (Self-esteem Needs) การยอมรับตนเองว่ามีความสำเร็จตามที่ตนเองต้องการ มีความพอใจส่วนตัวในสิ่งที่ตนได้กระทำไปและสิ่งที่ได้รับจากผู้อื่น เช่น เกียรติยศ (Prestige) ชื่อเสียง สถานภาพ (Status)

1.3 ความต้องการที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายของตนเอง (Self-actualization Needs) คือการได้มีหรือได้เป็นในสิ่งที่ใฝ่ฝันและตามศักยภาพขอตน เป็นความต้องการที่จะบรรลุในสิ่งที่แต่ละบุคคลต้องการจะเป็น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



ภาพที่2 ความต้องการทั้ง 5 ขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์
ที่มา:ดัดแปลงโดย ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2537)

2. ปัจจัยภายนอก (External Factors) คือ ปัจจัยที่จะส่งผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค ได้แก่

2.1 ทางเลือกของคู่แข่งขัน (Competitive Options) ผู้บริโภคมักที่จะคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการบริการจากธุรกิจที่ตนเองเลือกใช้บริการเช่นเดียวกับคู่แข่งรายอื่น

2.2 สภาพทางสังคม (Social Context) สถานการณ์ทางสังคมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวัง

2.3 การพูดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communications) เป็นแหล่งข้อมูลอันสำคัญของผู้บริโภคที่ก่อให้เกิดความคาดหวัง บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคจะพยายามค้นหาความคิดเห็นของคนอื่นๆ ก่อนการซื้อบริการ

3. ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational Factors) ซึ่งประกอบด้วย เหตุผลในการซื้อ อารมณ์ของผู้บริโภค สภาพอากาศ ข้อกำจัดด้านเวลา

4. ปัจจัยที่กิจการเป็นผู้กำหนด (Firm–Produced Factors) ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด ราคา และการกระจายงานบริการ

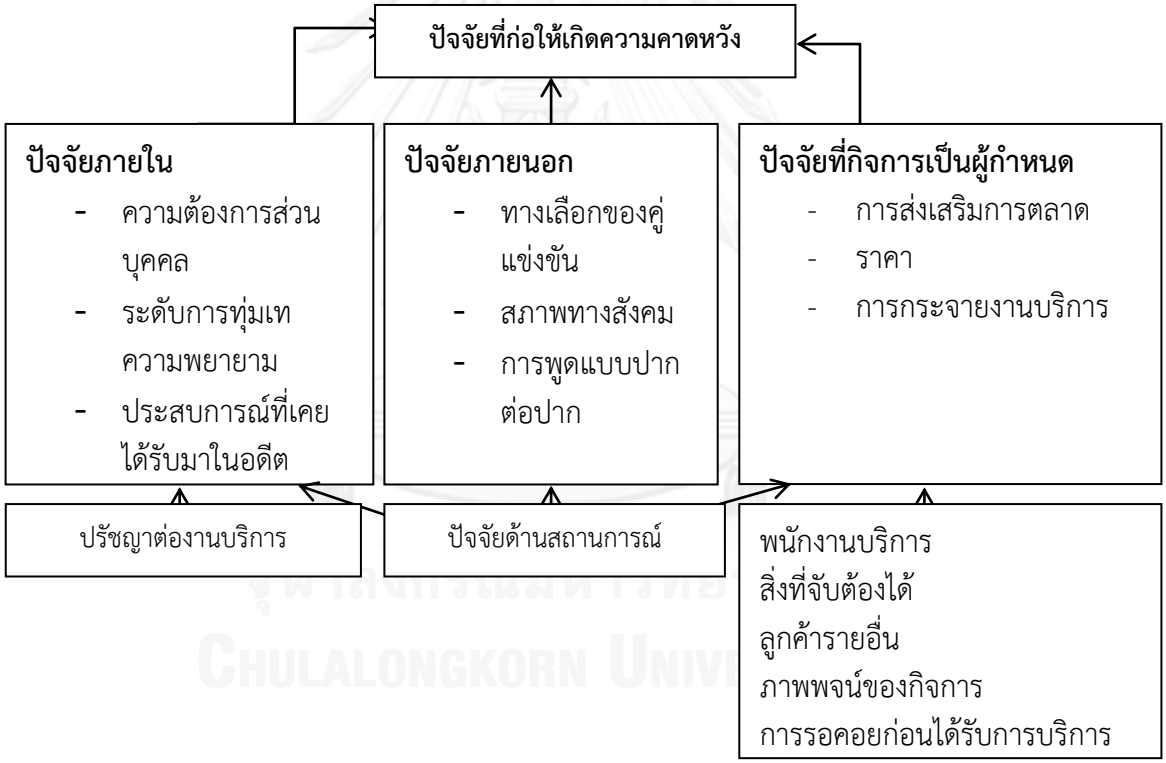
5. พนักงานบริการ (Service Personnel) คำพูดของพนักงานที่ให้บริการนั้นส่งกระทบต่อความคาดหวัง

6. สิ่งที่จับต้องได้ (Tangible Cues) เช่น อุปกรณ์ต่างๆ ความสะอาด การตกแต่ง เป็นต้น

7. ลูกค้ารายอื่น (Other Customer)

8. ภาพพจน์ของกิจการ (Firm Image)

9. การรอคอยก่อนได้รับการบริการ (Pre-service Waiting)



ภาพที่3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคาดหวัง
ที่มา: ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2537)

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้กล่าวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค ว่ามีหลายปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ประกอบด้วย

1. ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Needs) ลูกค้าแต่ละคน มักมีลักษณะที่เฉพาะตัว มีพฤติกรรมและอยู่ในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้อาจส่งผลให้ลูกค้าแต่ละราย อาจมีความต้องการพื้นฐานที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งอาจเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดระดับความคาดหวัง ของลูกค้าต่อธุรกิจบริการ

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) แบ่งออกเป็น

2.1 ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการ

2.2 ประสบการณ์จากการใช้บริการของคู่แข่งขัน ลูกค้าบางรายนั้นอาจเคยใช้บริการ จากผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดมาก่อน

3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) แบ่งเป็น

3.1 การสื่อสารทางการตลาดสู่ผู้บริโภค การโฆษณา ประชาสัมพันธ์รวมถึงการสื่อสาร ทางการตลาดรูปแบบอื่นๆที่ไปถึงตัวผู้บริโภค

3.2 การสื่อสารจากองค์ประกอบภายในองค์กร เช่น อัตราค่าบริการ การตกแต่งสถานที่ ทั้งภายนอกและภายใน สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ในการให้บริการ

4. ปัจจัยทางสภาวการณ์ (Situational Factors) คือ สถานการณ์หรือโอกาสที่ลูกค้าเข้า มาใช้บริการ จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า

5. ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) หมายถึงการที่ ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับบริการ ทั้งในทางดีและในทางไม่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพล ต่อความคาดหวัง

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้ามักขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

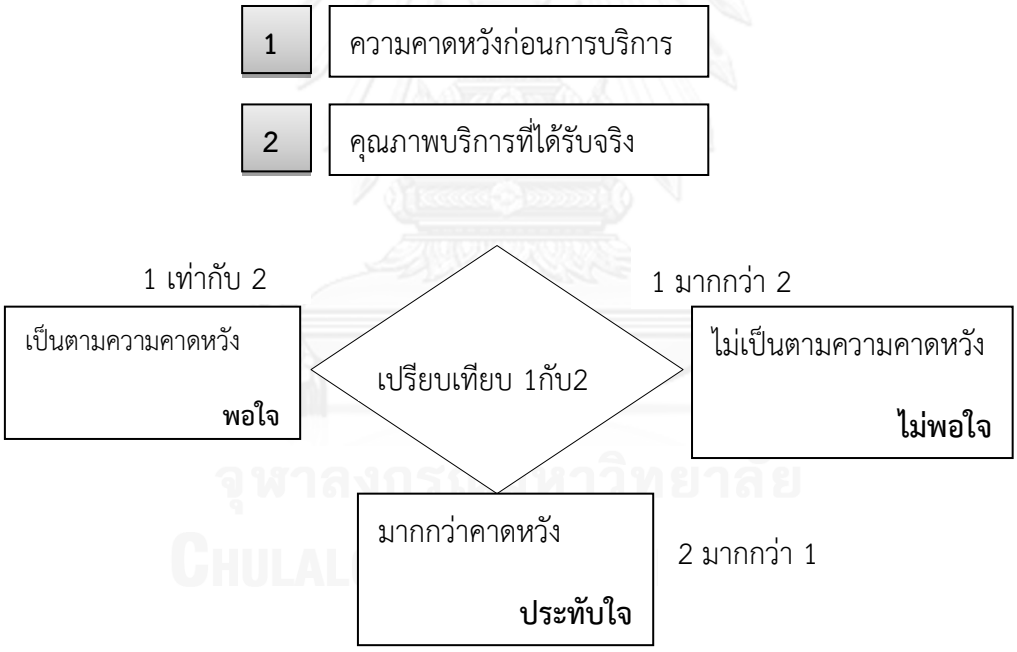
1. ชื่อเสียง ผ่านทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การเอง หากเป็นที่รู้กันโดยทั่วไปว่า องค์การนั้นมีชื่อเสียงในทางที่ดี หรือลูกค้าอาจได้ยินชื่อเสียงในทางใดทางหนึ่งเกี่ยวกับองค์การนี้มา ก็ย่อมเกิดความคาดหวังบางประการกับการไปรับบริการ

2. คำบอกเล่าหรือคำพูดปากต่อปาก เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดตามเหตุผลที่ได้กล่าวไว้ตอนต้นแล้วว่าคำบอกเล่าปากต่อปากเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทรงพลังที่สุด หากมีผู้มาเล่าให้ลูกค้าฟังถึงประสบการณ์การบริการที่ดีที่ได้รับจากองค์การนี้ ลูกค้าย่อมคาดหวังสูงว่าจะได้รับการบริการเช่นเดียวกับที่ได้ฟังมา

3. ราคา ความคาดหวังแปรผันโดยตรงกับราคาสินค้าที่ใช้บริการ ลูกค้าย่อมคาดหวังสูงกับการบริการที่มีราคาแพง

4. ความต้องการส่วนบุคคล ลูกค้าอาจเข้ามารับบริการด้วยวัตถุประสงค์ และความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ผู้ที่ไม่มีความต้องการสิ่งใดเป็นพิเศษก็ย่อมคาดหวังน้อย แต่ผู้มีความต้องการเป็นพิเศษย่อมคาดหวังมาก

5. ประสบการณ์ที่ผ่านมา หากลูกค้าเคยได้รับประสบการณ์บริการที่ดีในครั้งก่อน ก็ย่อมที่จะคาดหวังการบริการที่เท่ากับหรือดีกว่าบริการครั้งที่แล้ว



ภาพที่4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง
คุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง
ที่มา: จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551)

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) คุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง มีอยู่ด้วยกัน 5 ด้าน ดังนี้

1. ความมีตัวตนหรือรูปลักษณ์ทางกายภาพของการบริการที่ดี (Tangibles)

2. ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานที่ให้บริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการ ที่จะส่งมอบการบริการได้ตรงตามเวลา ให้บริการได้อย่างครบถ้วนและเป็นไปตามที่ได้ตกลงกันไว้

3. ความเชื่อถือได้ (Assurance) หมายถึง การที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่ใช้ไป และความรู้สึกมั่นใจที่จะใช้บริการ ความรู้สึกดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในงาน

4. การตอบสนองที่ทันใจ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมของหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่เขาต้องการ โดยไม่ปล่อยให้ต้องรอนาน

5. ความเอื้ออาทรหรือความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การมีความเอื้ออาทรหรือมีความเอาใจใส่ที่หน่วยงานผู้ให้บริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีต่อผู้รับบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551)ได้ศึกษาโดยการสอบถามลูกค้าว่า สิ่งใดที่ผู้รับบริการต้องการและหากได้รับสิ่งนั้นแล้วจะทำให้เกิดความพึงพอใจอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มที่1 ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน

1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยงานบริการ

1.3 ลักษณะสถานที่ของหน่วยงานบริการ

2. กลุ่มที่2 การประสานงานของการบริการ (Coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

2.1 การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ

2.2 สนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อลูกค้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3. กลุ่มที่3 อัธยาศัยและความสนใจต่อลูกค้า (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

3.1 คำพูดเชิงบวก

3.2 บุคลิกภาพที่น่าเลื่อมใส

3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

3.4 ความเอาใจใส่ตลอดเวลา

4. กลุ่มที่4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

4.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ หรือกรณีของธุรกิจพยาบาล เช่น ต้องการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสาเหตุและอาการโรค รวมทั้งวิธีการปฏิบัติตนของผู้ป่วย เป็นต้น

5. กลุ่มที่5 คุณภาพการบริการ (Quality of Service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจการบริการซ่อมรถยนต์ รถยนต์ที่ซ่อมก็ต้องไม่เสียบ่อยๆ ถ้าเป็นธุรกิจพยาบาลก็ต้องมีคุณภาพ คือ โรคต้องหาย และถ้าเป็นธุรกิจในเรื่องภัตตาคาร คุณภาพต้องอยู่ที่รสชาติของอาหารคือต้องอร่อย เป็นต้น

6. กลุ่มที่6 ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

6.1 ราคายุติธรรม

6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบลูกค้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

สำหรับความหมายของคำว่า“ความพึงพอใจ”นั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายความหมายดังนี้

คอตเตอร์ (Koler, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจคือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล

เลิฟล็อค และ ไรท์ (Lovelock & Wright, 2546) ความพึงพอใจ หมายถึง การตัดสินใจโดยที่มีความชอบในทัศนคติเกิดขึ้น ตามปฏิกิริยาในการซื้อสินค้าหรือมีการก่อปฏิกิริยาตอบต่อสินค้าเพื่อผู้บริโภค งานวิจัยส่วนมากอิงอยู่กับทฤษฎีที่ว่า ความมั่นใจ ความไม่มั่นใจในมาตรฐานของสินค้าที่เกิดก่อนขั้นตอนการบริโภค ซึ่งเป็นตัวกำหนด ความพึงพอใจที่สำคัญยิ่ง ทั้งนี้หมายความว่าลูกค้ามักมีมาตรฐานบริการบางอย่างที่คิดไว้ในใจอยู่แล้วก่อนที่จะทำการบริโภค (ความคาดหวังของผู้บริโภค) มีการสังเกตการณ์ปฏิบัติการ และทำการเปรียบเทียบกับมาตรฐาน จากนั้นจึงได้สร้างการตัดสินใจด้วยความพึงพอใจจากการเปรียบเทียบ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ความพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความรู้สึกติดใจ ต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านาน ตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังอยู่หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความจงรักภักดีได้เกิดขึ้นแล้ว

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า“ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมายคือ 1) ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าและ 2) ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าตามแนวคิดของนักการตลาด จะพบนิยามความพึงพอใจของลูกค้าเป็น 2 นัย คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับ ภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง”

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจ หมายถึงการประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจาการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการ หรือ

การให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้นซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

กล่าวโดยสรุปคือ ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกชอบ รู้สึกประทับใจ รู้สึกดี ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง เพราะหากผู้ใช้บริการได้รับมูลค่าตามที่คาดหวังเป็นอย่างต่ำก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้ามูลค่าที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

ความสำคัญของความพึงพอใจ

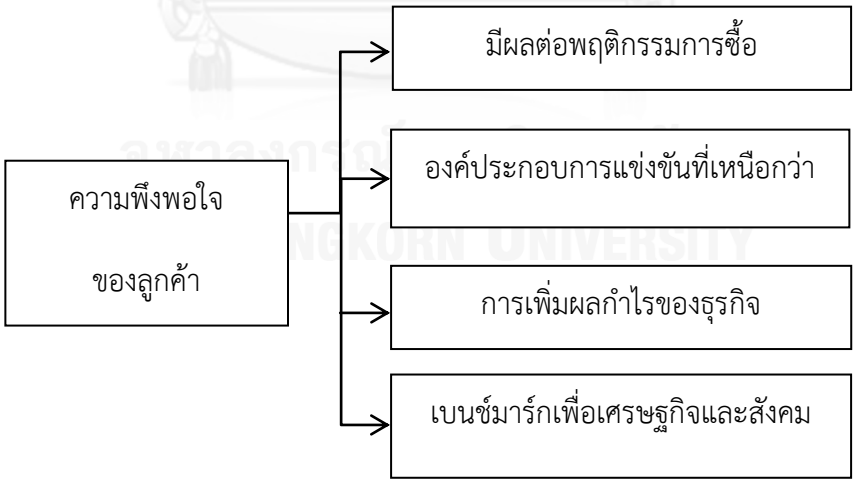
ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจมีผลต่อการจัดการธุรกิจหลายประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้องค์กรหรือบริษัทที่ให้บริการ มีองค์ประกอบของการแข่งขันทางธุรกิจที่เหนือกว่า

3. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลกำไรของธุรกิจ

4. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการเปรียบเทียบ (Benchmark) เพื่อเศรษฐกิจและสวัสดิภาพทางสังคม



ภาพที่5 ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มา: ฉัตยาพร เสมอใจ (2549)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการธุรกิจ เนื่องจากเป็นตัวส่งผลกระทบในหลายด้านให้กับธุรกิจและองค์กร

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีปัจจัยสำคัญดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ลูกค้ายอมรับหรือพิจารณาแล้วว่าเหมาะสม

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ

4. การสร้างเสริมและแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่แล้วก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว

5. ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้กับลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งผู้บริการควรคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก โดยให้บริการแสดงพฤติกรรมสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจและเอาใจใส่เต็มที่

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

Chulalongkorn University

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและตรงต่อความต้องการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และมีคุณภาพ

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ระดับความพึงพอใจนั้น อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆในการบริการหรือการขาย เช่น ผลิตภัณฑ์บริการ ราคาค่าบริการ สถานที่บริการ การสร้างเสริมและแนะนำบริการ ผู้ให้บริการ สภาพแวดล้อมของบริการ และกระบวนกรบริการ เป็นต้น

อรจนา จันทรประยูร (2556) ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจความแตกต่างของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศถึงวัฒนธรรมเพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิด หรือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ ซึ่งการให้บริการนั้นเปรียบเสมือนเป็นภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้และตัดสินความพึงพอใจในการได้รับบริการ การบริการที่ประทับใจในความคิดของผู้ให้บริการอาจเป็นสิ่งที่ไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวเนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความไม่เข้าใจวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน อาจนำมาซึ่งความไม่พอใจของนักท่องเที่ยว

การวัดความพึงพอใจ

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2539) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหรือทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยอ้อมซึ่งจะทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตจำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดจากบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนนี้อาจเกิดขึ้นได้เป็นธรรมชาติของการวัดทั่วๆไป โดยเสนอว่าเทคนิคของ Likert เป็นแบบหนึ่งที่สามารถเทียบสถานการณ์ต่างๆได้อย่างกว้างขวาง สามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่อง และให้ค่าเที่ยงตรงสูง สำหรับมาตรฐานการวัดความพึงพอใจจริงๆนั้นกระทำได้โดยวิธีการดังกล่าวต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการวัดที่นิยมแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยขอร้องผู้ที่เราต้องการให้แสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามที่ถามอาจจะถามเกี่ยวกับเรื่องการบริหาร ความสัมพันธ์ สวัสดิการขององค์กรที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ หรืออื่นๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาข้อสรุปที่แน่นอนต่อไป

2. การวัดโดยการสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องใช้เทคนิคและการวางอุบายอย่างมาก มิฉะนั้นจะได้คำตอบซึ่งมีความไม่เที่ยงตรงหรือไม่มีผล

3. การสังเกต วิธีนี้ไม่ค่อยแพร่หลายและไม่สามารถทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานมากๆ และคงทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานไม่มากนัก ซึ่งวิธีนี้ผู้สังเกตต้องใช้ความพยายามอย่างสูงและต้องใช้เวลาความถี่ในการสังเกตอย่างทั่วถึง

แนวทางการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2547) แนวทางการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

1. กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการประเมินไปเพื่อประโยชน์อะไร

2. กำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจ โดยกำหนดว่าจะใช้ปัจจัยใดมาเป็นตัวชี้วัดคะแนนความพึงพอใจโดยรวม และควรให้น้ำหนักแต่ละปัจจัยเท่าไร

3. กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด เช่น Likert Scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยจาก 1 ถึง 5 โดย 5 คือพอใจมากที่สุด 4 คือพอใจมาก 3 คือพอใจปานกลาง 2 คือพอใจน้อย และ 1 คือพอใจน้อยที่สุด, Scale 1 ถึง 3 หรือการให้คะแนน 1 ถึง 10 หรือเป็นเปอร์เซ็นต์ เป็นต้น ซึ่งการใช้ Likert Scale 1 ถึง 5 ช่วงห่างของคะแนน 5 ระดับเพียงพอที่จะแสดงค่าความพึงพอใจที่แตกต่างกันของลูกค้าได้ ไม่กว้างมากจนความเห็นที่ผิดแปลกในลักษณะที่ให้คะแนนสูงหรือต่ำเกินไป ซึ่งจะมีผลต่อค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ ขั้นนี้คือขั้นตอนของการทำวิจัยเชิงปริมาณ โดยการกำหนดการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดของตัวอย่าง ตามระเบียบวิธีวิจัยต่างๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายการบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) การบริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายได้ให้การช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ เพื่อความสุขกายสุขใจ เพื่อความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้ว อาจเกิดความประทับใจหรือไม่ประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

สมิต สัมฌุกร (2542) ได้กล่าวเกี่ยวการบริการว่า เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นบริการทั้งสิ้น

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548) การบริการ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่มีปฏิกิริยาสัมพันธ์ต่อกัน โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นจะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบร่วมด้วยหรือไม่ก็ได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

กล่าวโดยสรุปคือ การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการหนึ่งที่ผู้ให้บริการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกหรือเป็นการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น โดยเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และการบริการที่ดีก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

ลักษณะของการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการด้วยกันดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถที่จะมองเห็น จับต้องและสัมผัสไม่ได้โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 และบริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาให้บริการนั้น ผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการจะต้องอยู่ที่เดียวกัน หรือแม้แต่คนละที่กันก็ต้องอยู่ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Perishability) การบริการต้องอาศัยคนในการบริการเป็นสิ่งสำคัญ หากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในเวลาใดเวลาหนึ่ง ทำให้พนักงานที่ให้บริการจะว่างงาน ทำให้เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใดๆ

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นจะมากหรือน้อยต่างกัน ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในแต่ละวัน ฤดูกาล วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) กล่าวได้คือ ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการที่พนักงานจะบริการดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ ดังนั้นอาจทำให้เกิดความแตกต่างของการรับบริการได้

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้า ดังนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) เป็นการบริการที่ไม่มีรูปร่างและไม่มีตัวตนเหมือนกับสินค้าอื่นๆ จึงไม่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถทดลองใช้ได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด เจตคติ คำบอกเล่า และประสบการณ์เดิมที่เคยได้รับเป็นสำคัญ

2. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity) การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน เนื่องจากคุณภาพและลักษณะของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งเป็น “มนุษย์” ที่ตามปกติแล้วมักมีพฤติกรรมที่ไม่คงที่ อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่นๆมากมาย ในหน่วยงานหนึ่งซึ่งมีผู้ปฏิบัติงานหลายคน ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนย่อมบริการไม่เหมือนกัน

3. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) กล่าวคือ การให้บริการใดๆก็ตาม หากไม่มีผู้มาใช้ใช้บริการภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่กำหนด ก็จะทำให้การบริการที่จัดเตรียมไว้เกิดความสูญเปล่า

4. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการถือเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานให้บริการและผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆเท่านั้น เมื่อพ้นระยะเวลานั้นไปแล้ว หรือสถานที่นั้นๆ ผู้รับบริการไม่สามารถนำบริการดังกล่าวติดตัวไปด้วยได้ เปรียบเสมือนการให้เช่า ไม่ใช่การขาย

5. การบริการต้องอาศัย “คน” เป็นหลัก เนื่องจากผู้รับบริการเป็น “คน” ที่เกิดมาพร้อมกับความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัดและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตลอดจนมีอารมณ์และความรู้สึกต่างๆ เป็นเครื่องปรุงแต่ง ดังนั้นสิ่งที่สามารถเข้าใจความต้องการของ “คน” ได้ดีที่สุด คือ “คน”

6. คุณภาพของการบริการที่มักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ กล่าวคือ ผู้ที่ใช้บริการจะประเมินลักษณะทางกายภาพประกอบการให้บริการด้วย ถือว่าองค์ประกอบทางด้านกายภาพช่วยส่งเสริมระดับคุณภาพของการบริการให้สูงมากขึ้นในความรู้สึกของผู้รับบริการ

7. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตหรือกระบวนการบริการ คือ การให้บริการและการรับบริการที่เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ทำให้ไม่สามารถที่จะแบ่งแยกกระบวนการผลิตออกจากกระบวนการบริโภคได้

องค์ประกอบของการบริการ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) การบริการเป็นกิจกรรม หรือกระบวนการที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ โดยหน่วยงานที่ให้บริการจะต้องให้ความสำคัญและความเอาใจใส่กับองค์ประกอบของการบริการทุกองค์ประกอบ เพื่อให้การบริการมีคุณภาพ หากองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งมีความบกพร่อง ย่อมส่งผลกระทบให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร หรืออาจล้มเหลวได้ โดยองค์ประกอบของการบริการ ประกอบด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1. ผู้รับบริการหรือลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป้าหมายหลักของการบริการคือความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ และเป็นจุดเริ่มต้นของการบริการ หากไม่มีผู้รับบริการแล้วองค์ประกอบอื่นๆย่อมไม่เกิดขึ้น

2. หน่วยงานบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่นและเป็นได้ทั้งหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชน

3. ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ เป็นผู้ดำเนินการบริการหรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการโดยตรง

4. ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกระบวนการหนึ่งที่หน่วยงานที่ให้บริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการให้กับผู้รับบริการ

5. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่างๆที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า โดยจะครอบคลุมสิ่งต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคาร ลานจอดรถ การตกแต่ง อุปกรณ์ บรรยากาศ เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี

สมิต สัมฌุกร (2542) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี ดังนี้

1. อัธยาศัยดี ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการล้วนมีความคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยอันดี ทั้งด้วยสีหน้าแววตา ท่าทาง และคำพูด การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเป็นเสน่ห์ที่สำคัญมีภาษิตจีนกล่าวไว้ว่า “ยิ้มไม่เป็น อย่าค้าขายดีกว่า” การมองด้วยแววตามที่เป็นมิตรฉายแสงของความเต็มใจให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเป็นลักษณะที่แสดงออกทางความคิดและความรู้สึกที่ดี ท่าทางที่กระตือรือร้น กุลีกุจอ เป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบกัน

2. มีมิตรไมตรี ผู้ทำงานบริการที่มีการแสดงออกให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเห็นว่ามีมิตรไมตรีก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใด การให้บริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือเล็กๆ น้อยๆ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชมของลูกค้า ถ้าผู้ทำงานบริการแสดงถึงมิตรไมตรีและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการ ก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการอย่างมั่นคงและเกิดมิตรภาพที่ยืนนาน

3. เอาใจใส่สนใจงาน ความมุ่งมั่นในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเอาใจใส่งานเป็นอย่างมากเพราะหากขาดความเอาใจใส่งานแล้ว ก็จะเพิกเฉยละเลยในการปฏิบัติงาน หรือทำงานไปเรื่อยๆ เฉื่อยๆเอาดีไม่ได้ การพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการว่ามีความเอาใจใส่สนใจงานหรือไม่ จะต้องดูว่ามีความจริงจังในการทำงานมากน้อยเพียงใด บางคนอาจแสดงออกอย่างกระตือรือร้น

ต่อหน้าผู้บังคับบัญชา แต่พอลับตามผู้บังคับบัญชาแล้วก็เลิกสนใจงานและกลับหันหลังให้งาน ไม่คิดที่จะปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกในการบริการลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่ดูแลในเรื่องความสะอาดของสถานที่และผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในวิสัยที่จะทำได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากแต่ให้ผลดีเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

4. การแต่งกายสุภาพสะอาดเรียบร้อย ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อทำให้ดูน่าเชื่อถือน่าไว้วางใจแก่ผู้รับบริการ การแต่งกายที่ถูกกาลเทศะเหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงานและสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ที่ติดต่อเกี่ยวข้องด้วย หากผู้ที่ให้บริการนั้นแต่งกายสกปรกมีกลิ่นเหม็นคงไม่เป็นที่พอใจของผู้รับบริการ และอาจเกิดความรู้สึกสะอิดสะเอียน ดังนั้นในการคัดเลือกผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพก็จะส่อแสดงถึงความไม่ใส่ใจในความถูกต้องเหมาะสม

5. กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม ผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากผู้ซึ่งมีกิริยาสุภาพ และจะรังเกียจผู้ซึ่งมีกิริยาหยาบคายหรือทะลึ่ง การที่มีผู้ทำงานบริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน นอกจากมีกิริยาสุภาพแล้ว การแสดงออกถึงความมีมารยาทรู้จักที่สูงที่ต่ำที่ชอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำงานบริการจะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง หากมีข้อผิดพลาดใดๆเกิดขึ้นจะนำมาซึ่งความเสียหายมาสู่หน่วยงานอย่างมาก

6. วาจาสุภาพ ไม่มีผู้รับบริการคนใดชอบการพูดกระโชกโฮกฮาก คำพูดที่หยาบคายก้าวร้าว ทุกคนล้วนต้องการคำพูดที่สุภาพฟังแล้วรื่นหู การทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจ จึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การคัดเลือกผู้ทำงานบริการจึงควรจะสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาป้อนคำถามและฟังคำตอบว่าบุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพหรือไม่เพียงใด

7. ควบคุมอารมณ์ ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เพราะอยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องพบปะผู้คนมากหน้าหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่างๆกัน ผู้รับบริการบางคนมีกิริยามารยาทไม่ดี แสดงท่าทางหยิ่งยโส พูดจาโอหัง ก้าวร้าว หรือมีอุปนิสัยใจร้อนต้องการบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อไม่ได้ดังใจอาจพูดตำหนิหรืออาจถึงขั้นขู่ตะคอกด้วยกิริยาหยาบคาย ในงานบริการไม่อาจจะแสดงอารมณ์ตอบโต้ได้ ผู้ให้บริการจะต้องควบคุมอารมณ์ด้วยความอดทนอดกลั้น

8. รับฟังปัญหาและเต็มใจแก้ไขปัญหา พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการ จะต้องสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใดๆ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น จะด่วนบอกปัดหรือแสดงท่าทีไม่สนใจรับรู้ปัญหา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ย่อมไม่ได้ นอกจากการแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้ว อาจจะต้องมีความรู้สึกเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย เพราะการที่ผู้ให้บริการเพียงแต่รับฟังปัญหาอย่างเดียวย่อมไม่เป็นการเพียงพอ อีกทั้งจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าเป็นการรับฟังอย่างขอไปที แต่ถ้าเมื่อใดที่มีความกระตือรือร้นที่จะดำเนินการแก้ปัญหาจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

9. กระตือรือร้น อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นนั้นถือเป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการ หากผู้ทำงานบริการเป็นคนเนิบเนือยเฉื่อยแฉะแล้ว ย่อมมีลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการหมดศรัทธาและไม่คาดหวังที่จะได้รับบริการอย่างทันท่วงที บุคคลที่ขาดความกระตือรือร้น นอกจากจะทำให้ภาพลักษณ์ของงานบริการเสียไปแล้วยังจะเป็นผลทำให้การบริการล่าช้า และผิดเวลาหรือไม่ทันกำหนดที่ควรจะเป็น

10. ซื่อสัตย์ การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้องตรงไปตรงมาไม่บิดพลิ้วหรือใช้เล่ห์กลฉ้อฉล ผู้รับบริการทุกคนต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนซื่อสัตย์และรักษาคำพูดไม่ชอบติดต่อกับคนพูดโป้ปดมดเท็จ ตลบตะแลง ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

กล่าวโดยสรุปคือ องค์กรใดสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เกินสิ่งที่คาดหวังจะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง เนื่องจากลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะเกิดความภักดีและกลับมาใช้บริการ นอกจากนั้นลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการมักที่จะบอกต่อไปยังบุคคลอื่น โดยเป็นการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อแบบปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้าอื่นเปรียบเสมือนเป็นสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ และยังช่วยสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กรและเมื่อพิจารณาในระยะยาวจะพบว่าการให้บริการสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือต่อองค์กร นอกจากนั้นแล้วจะพบได้ว่าลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจากการบริการจะมีความอ่อนไหวต่อข้อเสนอของคู่แข่งขันต่ำ และเป็นสิ่งที่อธิบายว่าทำไมความสำเร็จจากการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าจึงช่วยให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะพบว่า “คุณภาพบริการคือหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่” เนื่องจากภาวการณ์แข่งขันของธุรกิจต่างๆมีความรุนแรงและมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริการที่มีคุณภาพนั่นอาจทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากลูกค้าจะเกิดความภักดีกับองค์กรที่สามารถให้การบริการที่มีคุณภาพ

การประเมินคุณภาพบริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการจะเกิดขึ้นจากกระบวนการเปรียบเทียบในจิตใจของผู้บริโภคระหว่างกระบวนการในการให้บริการ ผลผลิตที่ลูกค้าคาดหวังจากกระบวนการให้บริการและผลผลิตที่ลูกค้าได้รับจริงจากการใช้บริการ ซึ่งลูกค้ามีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการอยู่ด้วยกัน 10 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ กล่าวคือ องค์กรที่ให้บริการจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรกและรักษาสัญญาที่รับปากกับลูกค้า

2. การตอบสนอง กล่าวคือ การบริการของพนักงานจะต้องเต็มใจหรือพร้อมในการบริการและบริการอย่างรวดเร็วทันใจ

3. บริการอย่างมีความสามารถ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความชำนาญและทักษะในการให้บริการอย่างถูกต้องและเหมาะสม

4. การเข้าถึง หมายถึง การติดต่อต่างๆที่สามารถทำได้ง่ายและมีความคล่องตัว

5. อัธยาศัยไมตรี หมายถึง การที่ผู้ให้บริการให้บริการที่มีความสุภาพ ให้เกียรติ การคำนึงถึงความรู้สึกของลูกค้า และมีความเป็นมิตร

6. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และอาจหมายถึงการที่บริษัทหรือหน่วยงานให้บริการจำเป็นต้องปรับภาษาที่ใช้กับผู้บริโภคต่างกลุ่ม และใช้ภาษาเรียบง่ายกับลูกค้าใหม่

7. ความเชื่อถือไว้ใจได้ หมายถึง การให้บริการที่มีมีคุณค่า มีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์และมีความจริงใจต่อการให้บริการ

8. ความปลอดภัย หมายถึง การให้บริการที่ปลอดภัยจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยงหรือความเคลือบแคลงสงสัยจากการใช้บริการ

9. เข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง หมายถึง การให้บริการที่พยายามเข้าใจในความต้องการของลูกค้าให้บริการที่เป็นรูปธรรม

10. สิ่งอำนวยความสะดวก คือ เครื่องมืออุปกรณ์ เป็นต้น

CHULALONGKORN UNIVERSITY

เกณฑ์การพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวเกี่ยวกับการพิจารณาถึงคุณภาพของการบริการ โดยการให้บริการนั้นต้องพยายามให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวัง โดยมีเกณฑ์ต่างๆเพื่อพิจารณาคุณภาพของการให้บริการดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ลูกค้าสามารถที่จะเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยการคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของระบบงานต่างๆที่รวดเร็ว

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดและบริการต่างๆที่ถูกต้องชัดเจน โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายมีภาพประกอบ

3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความชำนาญในการให้บริการของพนักงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าว่าจะได้รับบริการที่ถูกต้อง

4. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความจริงใจมีความยินดีในการให้บริการและมีความเป็นกันเอง

5. ความเชื่อถือได้ (Credibility) คือ การบริการที่สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า โดยการให้การบริการที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและพอใจ

6. ความไว้วางใจ (Reliability) ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อได้รับบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอเท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น

7. การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึง การให้บริการตอบสนองลูกค้าทันทีเมื่อต้องการใช้บริการหรือเกิดปัญหา ตอบข้อซักถามอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

8. ความปลอดภัย (Security) ผู้รับบริการจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) การที่ลูกค้าจะสามารถคาดคะเนคุณภาพของบริการได้ หรือสัมผัสด้วยความรู้สึกได้ว่าจะได้รับบริการในระดับใด

10. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the customers) ผู้ให้บริการควรทราบความต้องการของลูกค้า ให้ความสนใจและตอบสนองความต้องการนั้นอย่างรวดเร็ว

ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะตัวของการบริการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดหรือตัวต่อตัว โดยการให้บริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดีและถูกใจนั้นสร้างได้ยากเพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการซึ่งควบคุมคุณภาพให้คงที่ได้ยาก

2. การบริการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานๆและพร้อมที่จะให้บริการทันทีที่นักท่องมาถึง

3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการรับการบริการสั้นมาก ผู้ให้บริการจึงต้องให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้อง และน่าประทับใจ

4. ใช้แรงงานคนในการให้บริการ โดยเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงแค่เครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ให้บริการทำงานได้สะดวกรวดเร็วขึ้น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความหมายของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านศักยภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะและเกียรติคุณ

วรรณา วงษ์วานิช (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนาน นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินร่วมกัน

อินโทช (Intosh, 1986) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ ผลผลิตที่เกิดได้จากการที่นำเอาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมารวมกับการบริการที่ผู้เดินทางต้องการได้รับ เช่น ที่พัก อาหาร และความสะดวก เป็นต้น

ความหมายของนักท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 องค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้จัดการประชุมโดยว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and - Tourism) ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยในที่ประชุมได้พิจารณาและเสนอให้ประเทศที่เป็นสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึงนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

นักท่องเที่ยว (Travelers) หมายถึง ผู้คนที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังต่างถิ่น ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยตามปกติ ด้วยเหตุผลที่ไม่ใช่การดำรงชีพในถิ่นที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนปลายทาง(Destination) นักท่องเที่ยวซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลทางสถิติได้ และเก็บรวมรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ ผู้เร่ร่อน ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน ผู้ทำงานตามชายแดน ผู้ปฏิบัติงานราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ เช่น กลุ่มคณะทูตของประเทศต่างๆ ผู้แทนกงสุล และผู้แทนทางการทหาร

ความหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยวต่างชาติ” (International-Tourist) ว่าหมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เป็นผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24ชั่วโมง และเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์อื่นที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักแหล่งหรือไปอยู่ประจำ

การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายตามภูมิภาค

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542)โดยแบ่งตามสภาพภูมิศาสตร์และลักษณะของประชากร และในแต่ละกลุ่มได้จัดตลาดหลักตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. ภูมิภาคเอเชียตะวันออก ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮ่องกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์

2. ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ สวีเดน

3. เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย สเปน เดนมาร์ค ฟินแลนด์ เบลเยี่ยม นอรเวย์ โปแลนด์

4. ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนนาดา

5. ภูมิภาคเอเชียใต้ ได้แก่ อินเดีย

6. ภูมิภาคโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์

7. ภูมิภาคตะวันออกกลาง ได้แก่ อิสราเอล คูเวต ซาอุดิอาระเบีย สหรัฐอาหรับ

8. ภูมิภาคอัฟริกาใต้ ได้แก่ อียิปต์ อัฟริกาใต้

การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามภูมิภาค

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามภูมิภาค ประกอบด้วย 7 กลุ่มคือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออก (East Asia) ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮ่องกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ จีน เป็นต้น

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป (Europe) ได้แก่ประเทศ เยอรมณี อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ สวีเดน เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย สเปน เดนมาร์ค ฟินแลนด์ เบลเยี่ยม นอร์เวย์ โปแลนด์ เป็นต้น

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกา (The America) ได้แก่ประเทศ สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียใต้ (South Asia) ได้แก่ประเทศ อินเดีย เป็นต้น

5. กลุ่มนักท่องเที่ยวภูมิภาคโอเชียเนีย (Oceania) ได้แก่ประเทศ ออสเตรเลีย เป็นต้น

6. กลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง (Middle East) ได้แก่ประเทศซาอุดิอาราเบีย อิสราเอล คูเวต สหรัฐอาหรับอิมิเรต เป็นต้น

7. กลุ่มนักท่องเที่ยวภูมิภาคอัฟริกา (Africa) ได้แก่ ประเทศ อียิปต์ อัฟริกาใต้ เป็นต้น

องค์ประกอบการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรม (ม.ป.ป.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวออกเป็น 8 ประการดังนี้

1. การคมนาคม

2. ที่พัก

3. ร้านอาหารภัตตาคาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. บริการนำเที่ยว

5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ งานกิจกรรมประเพณี เป็นต้น

6. สินค้าพื้นเมืองและร้านขายของที่ระลึก

7. ความปลอดภัย

8. การเผยแพร่และโฆษณา

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยการกระทำนั้นอาจขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

2. การรับรู้

3. การเรียนรู้

4. บุคลิกภาพ

5. รูปแบบการดำรงชีวิต

6. แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง

7. ทัศนคติ

8. ปัจจัยด้านความเคร่งเครียดจากการทำงาน

9. ปัจจัยด้านรายได้

10. ปัจจัยทางเวลา สภาวะและสุขภาพ

11. วงจรชีวิตครอบครัว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

12. ปัจจัยทางครอบครัว

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

2. ปัจจัยด้านสังคม

3. ปัจจัยด้านจิตวิทยา

4. ปัจจัยในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ปัจจัยหลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2550) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก แต่ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. เพศ โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวเพศชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง ซึ่งสามารถเดินทางได้ตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม และสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายมากกว่า ในขณะที่เพศหญิงมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางมากับเพื่อนหรือมากับบริษัทนำเที่ยว มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและสามารเดินทางได้สะดวก

2. อายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความสามารถในการเดินทางต่างกัน

3. อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีหน้าที่การงานที่ต่างกันมีโอกาสเดินทางแตกต่างกัน

4. ระดับการศึกษา ถือเป็นตัวแปรที่จะสอดคล้องกับอาชีพและรายได้ และเป็นตัวที่ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยว ซึ่งด้วยสมมติฐานที่ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักเป็นผู้มีวิถีความคิดและชีวิตที่ดีกว่า เช่น มีความเข้าในในสังคมและวัฒนธรรม มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องๆต่างเป็นต้น

5. ระดับรายได้ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถในการเดินทางของตัวบุคคล

6. สถานภาพสมรส กลุ่มคนโสดมีโอกาสที่จะการเดินทางได้บ่อยครั้งกว่ากลุ่มที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระและสามารถตัดสินใจได้โดยลำพัง

7. ถิ่นพำนัก บุคคลที่อยู่ในสถานที่ที่มีสภาวะแวดล้อม วัฒนธรรมและภูมิอากาศที่แตกต่างกันก็ย่อมมีความต้องการและเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่อากาศเย็นก็ย่อมนิยมไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่อบอุ่นกว่า เป็นต้น

พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทางสัญชาติตามภูมิภาคโลก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มตลาดย่อมมีพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความแตกต่างทางสัญชาติตามภูมิภาคของโลก จึงมีวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเข้าใจความแตกต่างทางพฤติกรรมและความต้องการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อการประชาสัมพันธ์และการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

อรจนา จันทรประยูร (2556) ได้กล่าวถึงความแตกต่างทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างสัญชาติว่ามีเกิดขึ้นมากมาย โดยมีข้อสรุปดังนี้ว่า สัญชาติยังคงเป็นตัวแปรที่บ่งบอกความแตกต่างของนักท่องเที่ยวทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวและจากการรับรู้ของเจ้าบ้านหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น มัคคุเทศก์หรือตัวแทนจำหน่าย แต่สัญชาติของนักท่องเที่ยวมิได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม หากแต่เป็นวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวสัญชาติหนึ่งที่จะทำให้พฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งในแต่ละประเทศจะมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่เมื่อกล่าวถึงวัฒนธรรมในประเทศแล้วมักจะกล่าวถึง วัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ในประเทศนั้น วัฒนธรรมจึงอาจอยู่ในรูปแบบที่สัมผัสได้หรืออยู่ภายในตัวบุคคล สิ่งที่สัมผัสได้เช่นการแต่งกาย ภาษา และสิ่งที่อยู่ภายใน เช่น ทัศนคติ ความเชื่อ คุณค่า การรับรู้ รูปแบบของ วัฒนธรรมอาจถูกแบ่งตามการสื่อสาร

วัฒนธรรมนักท่องเที่ยวนั้นนอกจากวัฒนธรรมของแต่ละชาติแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีวัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นจากกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องในกระบวนการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักมีพฤติกรรมที่ต่างไปจากพฤติกรรมปกติเมื่ออยู่ที่บ้านของตน เจ้าบ้านเองก็มีพฤติกรรมที่แตกต่างไปเมื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้รวมกันเป็นวัฒนธรรมที่เกิดใหม่ในแต่ละแหล่งในขณะท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่มาจากทั้งวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของชาติตนผสมผสานกัน

ความสำคัญของการเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่เห็นความแตกต่างชัดเจนที่สุด คือ วัฒนธรรมเอเชียและวัฒนธรรมตะวันตก ผู้คนจากต่างวัฒนธรรมมีความคาดหวังและพฤติกรรมในการพบปะในรูปแบบของตน และความแตกต่างนี้เองมีอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์ซึ่งประกอบกันเป็นสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวด้วยภูมิหลังของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติทำให้การรับรู้พฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับตนเอง การเป็นมิตร เปิดเผยตรงไปตรงมา ความมั่นใจ ความเป็นกันเอง การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ชาวอเมริกันเห็นเป็นสิ่งสำคัญ แต่ ในทางตรงกันข้าม วัฒนธรรมของเอเชียอาจมองสิ่งเหล่านั้นเป็นความไม่สุภาพ ก้าวร้าว ขาดความนอบน้อม ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเข้าใจคุณค่า ของแต่ละวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดผลกระทบทางบวกมากกว่าทางลบ

การศึกษาความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดขึ้นมากมายและเกิดจากความสนใจที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาในเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยว ทัศนคติต่อการเลือกรูปแบบของการท่องเที่ยว ภาพพจน์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการในมุมมองที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนั้นยังมีการศึกษาถึงคุณค่าการปฏิสัมพันธ์การรับรู้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เปรียบเทียบความต่างระหว่างนักท่องเที่ยวจากต่างวัฒนธรรม อีกทั้งการศึกษาการรับรู้ของเจ้าบ้านกับพฤติกรรมที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งผลจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือพฤติกรรมที่แตกต่าง ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม การรับรู้ ทัศนคติ และคุณค่าของนักท่องเที่ยว ที่มาจากสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้ความรู้นี้กับธุรกิจในอุตสาหกรรมนักท่องเที่ยว ในการให้บริการและสื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับคุณค่าให้กับการท่องเที่ยว และคุณค่าทำให้เราคาดเดาพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้

วัฒนธรรมและค่านิยมของชาวเอเชีย

เลิศพร ภาระสกุล (2555) ประเทศในแถบเอเชียโดยมากจะมีวัฒนธรรมที่คล้ายกัน คือ การให้ความเคารพผู้ที่สูงวัยกว่า เชื่อฟังบิดา มารดา และบรรพบุรุษ การให้ความสำคัญของครอบครัว สำนึกต่อในข้อผูกพันความละอายใจ และความกลมกลืน การรักษาหน้า การเห็นพ้องตามเสียงส่วนมากในทางเดียวกัน การให้ความร่วมมือกัน ความสงบ การเคารพในประเพณี ความจงรักภักดีต่อกลุ่มของตน การควบคุมอารมณ์ การเข้าในในความแตกต่างของบุคคล การเก็บความสึกมีความอดทนอดกลั้น พยายามหลีกเลี่ยงการแสดงอารมณ์ความรู้สึกต่างๆการมีเส้นสาย และการเป็นคนมีชื่อเสียง

จุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2556)ได้กล่าวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียว่า ส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ลาว สิงคโปร์ ฮ่องกง ไต้หวันอินโดนิเซีย และกัมพูชา ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย นิยมท่องเที่ยวหาความบันเทิงในยามราตรี นิยมซื้อสินค้า ซึ่งสินค้าที่ซื้อโดยส่วนใหญ่คือ เสื้อผ้าและเครื่องหนัง

นักท่องเที่ยวชาวจีน นิยมเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเพราะประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกในการเดินทาง ความมีวัฒนธรรมที่เด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และลักษณะทางกายภาพของสถานที่ ได้แก่ ทะเล หาดทราย น้ำตก ภูเขา และสภาพภูมิอากาศที่น่าดึงดูด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ สถานการณ์ในความเป็นไปของสถานที่หรือประเทศเป้าหมาย เช่น ความปลอดภัยจากความรุนแรงหรือปัญหาภายในประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของประเทศจุดหมายปลายทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน นิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว

จากเพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือ คนรู้จัก เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานท่องเที่ยวของรัฐ หรือกระทรวงการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่จะเดินทางไป รวมถึงรายการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน นิยมท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมีอาหาร และมรดกแห่งแผ่นดินซึ่งเป็นสิ่งที่น่าดึงดูดในการมาเที่ยว นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีความเห็นว่าประเทศไทยมีความน่าสนใจด้านเทศกาลและงานประเพณี ทะเลและชายหาด สปาและการนวด และกิจกรรมดำน้ำ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากการแนะนำต่อ

ในด้านของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น แหล่งท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นนิยมมาเที่ยวในประเทศไทยคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหาร และมรดก ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในด้านของนักท่องเที่ยวที่ เป็นนักธุรกิจและนิยมมาตีกอล์ฟในประเทศไทยมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี

นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย โดยส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ ดังนั้นแหล่งข้อมูลที่ได้รับโดยส่วน ใหญ่จึงมาจากบริษัทนำเที่ยว และการแนะนำต่อเพื่อนหรือครอบครัว

วัฒนธรรมและค่านิยมของชาวยุโรป

เลิศพร ภาระสกุล (2555) ชนชาติยุโรปยึดถือค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ปฏิบัติได้ ความมีเหตุผล ความเป็นองค์รวม และหลักการทางมนุษยศาสตร์ แต่ชาวยุโรปแต่ละชนชาติก็ยังมีค่านิยมที่ต่างออกไปแล้วแต่ว่าจะมาจากชาติไหน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) เป็นที่ยอมรับกันว่ามีความแตกต่างที่หลากหลายระหว่างแต่ละประเทศในยุโรป เนื่องจากยุโรปมีพื้นที่กว้างและกระจายตัวของประเทศทั้งด้านตะวันตกและค่อนไปทางตะวันออก ในขณะที่ประเทศอังกฤษ เนเธอร์แลนด์ อิตาลี เบลเยี่ยม และเดนมาร์ค เป็นประเทศที่มีความเป็นปัจเจกบุคคล ส่วนประเทศโปรตุเกส กรีซ ตุรกี มีความเป็นกลุ่มสูง ประเทศส่วนมากในยุโรปมีระดับการยอมรับความแตกต่างทางอำนาจที่ต่ำ

อรจนา จันทรประยูร (2556) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากแถบทวีปยุโรป ถึงแม้ว่าจะมีผู้ศึกษาและสรุปลักษณะของวัฒนธรรม และคุณค่าของชาวยุโรป แต่ก็เป็นที่ยอมรับกันว่ามีความแตกต่างที่หลากหลายระหว่างแต่ละประเทศในยุโรป เนื่องจากยุโรปมีพื้นที่กว้างและการกระจายตัวของประเทศมีทั้งด้านตะวันตก และค่อนไปทางตะวันตก ลักษณะวัฒนธรรมมี 4 แบบ คือ

1. Power Distance (PD) การยอมรับความแตกต่างทางอำนาจคือ ประเทศที่มีการยอมรับความแตกต่างทางอำนาจ ให้คุณค่ากับอิสระทางความคิดของบุคคลมากกว่าในประเทศที่มีการยอมรับความแตกต่างทางอำนาจสูงหรือให้คุณค่ากับการเชื่อฟัง ปฏิบัติตาม ให้ความร่วมมือ และเคารพในอำนาจ

2. Uncertainty Avoidance (UA) การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน

3. Individualism/Collectivism (IC) ความเป็นปัจเจกบุคคล / ความเป็นกลุ่ม

4. Masculinity/Femininity (MF) ระดับของการให้คุณค่ากับวัตถุและความสามารถในการหาเงิน Assertiveness ขาดการใส่ใจผู้อื่นและคุณภาพชีวิต/ ประเทศที่มีระดับของFemininityสูงจะใส่ใจผู้อื่นและสนใจคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ มีความสงสารเห็นอกเห็นใจ

ในขณะที่อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ อิตาลี เบลเยี่ยม และเดนมาร์ค เป็นประเทศที่มีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง (Individualism) และโปรตุเกต อดีตยูโกสลาเวีย กรีซ ตุรกี นั้นมีความเป็นกลุ่มสูง (Collectivism) ประเทศส่วนมากในทวีปยุโรปมีระดับการยอมรับความแตกต่างทางอำนาจที่ต่ำกว่า เว้นเพียง 2 ประเทศ คือ อดีต ยูโกสลาเวีย และฝรั่งเศส

ประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันออก มีความหลากหลายทั้งทางด้านประชากรศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ในอดีตรัสเซียให้คุณค่าในแบบของ Femininity มากกว่า Masculinity ซึ่งให้ความสำคัญกับ ครอบครัว ติดเพื่อนสังคม มากกว่ามุ่งงาน และการหาทรัพย์สิน และชาวรัสเซียถูกสอนให้เห็นความรัก ศีลธรรม มิตรภาพ และความรู้สึก เป็นสิ่งสำคัญในชีวิต ชาวรัสเซียมีทั้งลักษณะของตะวันออกอย่างเอเชีย และ ตะวันตกอย่างยุโรป คือ ชาวรัสเซียให้คุณค่าและความสำคัญของครอบครัว ความสัมพันธ์กับผู้อื่น การผสมผสานกลมกลืน แต่ในขณะเดียวกันก็แสวงหาสิทธิส่วนบุคคลและอิสรภาพ ชาวรัสเซียระวัง คนแปลกหน้าโดยเฉพาะชาวต่างชาติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

ศูนย์ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยว จัดว่าเป็นหนึ่งในสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยส่งเสริมพัฒนาและสนับสนุนทางด้านการตลาดของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ประเทศไทยกำลังมีการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ความต้องการทางด้านข้อมูลของนักท่องเที่ยวนั้นมีความต้องการเพิ่มตามไปด้วย (องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

ข่าวสารข้อมูลท่องเที่ยว

ข่าวสารข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวซึ่งจะมีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งก่อนและขณะเดินทางท่องเที่ยว แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความซับซ้อน และนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ประกอบกับการรับข้อมูลข่าวสารมีความยากลำบากขึ้นเป็นลำดับเนื่องจากมีข้อมูลใหม่ๆเกิดขึ้นตลอดเวลา ข่าวสารข้อมูลจึงยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น หากนักท่องเที่ยวสามารถแสวงหาข้อมูลหรือรับข้อมูลได้โดยง่าย จะทำให้ลดปัญหาการถูกล้อลวง ถูกโกงราคา ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และสามารถติดต่อกับธุรกิจบริการต่างๆทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วมากขึ้นอีกด้วย

ความสะดวกในการรับข่าวสารในด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญและที่จะผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศนั้นๆประสบความสำเร็จ ตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้

สภาพปัญหาของศูนย์ให้บริการข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวในปี2540

จากการสำรวจปัญหาการให้ข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครยังขาดแคลนศูนย์ให้บริการข่าวสารในปี2540 พบว่า

1. ที่ตั้งไม่สามารถพบเห็นและเข้าถึงได้ง่าย

2. ไม่มีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมที่เด่นชัด

3. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก

4. การนำเสนอข้อมูลยังไม่มีประสิทธิภาพ ขาดแรงจูงใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ขาดอุปกรณ์ทันสมัยในการนำเสนอ

5. จำนวนและประสิทธิภาพของบุคลากร

6. ศูนย์บริการที่มีอยู่ไม่สามารถกระจายข่าวอย่างทั่วถึง

ข้อคำนึงทั่วไปในการจัดสร้างศูนย์ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยว

1. การเลือกสถานที่ตั้งศูนย์ฯ ควรจะต้องอยู่ในบริเวณที่มีการสัญจรพอสมควร และควรเป็นพื้นที่มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา

2. ควรมีป้ายบอกทางชี้แจงจากจุดต่างๆ โดยรอบ

3. การบริการสื่อสารข่าวสารการท่องเที่ยวจะต้องให้สื่อความหมายของการท่องเที่ยวในแง่ที่เป็นภาษาสากล รวมถึง ภาพถ่าย สัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น

4. ศูนย์ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวควรมีเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของท้องถิ่น

5. ควรมีอุปกรณ์ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้น่าสนใจ

6. ควรมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างถาวร เช่น ป้ายที่ถาวร สิ่งพิมพ์หรือสื่อต่างๆ

7. ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่สามารถบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ ม้านั่ง ห้องน้ำ เป็นต้น

8. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ควรที่จะมีความรู้ความเข้าใจกับการให้บริการอย่างถูกต้องและมีความสามารถในการสื่อสารในหลากหลายภาษา

ลักษณะของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ 5 ลักษณะ

1. ศูนย์ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (Large “Walk in” Tourist Information - Center with Multiple Attendants) มีเจ้าหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและให้การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับการจัดทำศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวที่สามารถตอบคำถามทางโทรศัพท์และพูดได้หลากหลายภาษา

1.2 ควรมีสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ให้บริการข้อมูลโดยไม่คิดมูลค่า เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง ตารางเวลา การนำเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร แผนที่

1.3 ขายของที่ระลึก เช่น หนังสือ โปสการ์ด ของที่ระลึกประจำท้องถิ่น เป็นต้น

1.4 นิทรรศการ รูปถ่ายสถานที่ที่น่าสนใจ วัฒนธรรมท้องถิ่น

1.5 สถานที่นั่งพักเพื่อทำการศึกษาข้อมูลและวางแผนท่องเที่ยว

1.6 เจ้าหน้าที่ควรสามารถให้บริการข้อมูลที่เจาะจง รวมทั้งแนะนำแหล่งข้อมูลอื่นๆ

1.7 สถานที่ตั้งควรอยู่ในที่เข้าถึงง่าย เช่น สถานีรถไฟ สนามบิน เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. ศูนย์ให้บริการข้อมูลขนาดเล็ก (Small “Walk Up” Tourist Information Center with One or Two Attendants) นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้โดยสอบถามเจ้าหน้าที่1-2 ท่านโดยไม่ต้องเข้าไปภายในศูนย์ฯ โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับการจัดทำศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 เคาน์เตอร์บริการควรมีที่ใส่เอกสารให้ข้อมูลทั่วไป

2.2 เอกสารที่ให้บริการโดยไม่คิดมูลค่า เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก บริการรถโดยสารการนำเที่ยว ร้านอาหาร แผนที่ ร้านค้า

3. ศูนย์ให้บริการข่าวสารด้วยระบบอัตโนมัติ (Passive or Automated Information - Kiosks) โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับการจัดทำศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1 ควรตั้งในสถานที่มีคนเดินผ่านมาก ใกล้ที่จอดรถประจำทาง

3.2 ควรมีป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจน

3.3 ควรมีสัญลักษณ์ที่เด่นชัด

3.4 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวควรมีบอกที่ตั้งของศูนย์ฯ

3.5 แผงวางเอกสาร

3.6 ควรรักษาให้อยู่ในสภาพดีและสะอาด

4. ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวชนิดป้ายบอก (Information Tourist Display)

5. ศูนย์ให้บริการข่าวสารที่เคลื่อนที่ได้ (Mobile Tourist Information)

มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว (2556) มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist Information Center)

1. ขอบข่าย มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ครอบคลุมเฉพาะศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ให้บริการในลักษณะการให้บริการสาธารณะ ไม่ครอบคลุมศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ให้บริการในลักษณะการให้บริการธุรกิจนำเที่ยว

2. บทนิยาม ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว มีดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.1 มาตรฐาน หมายความถึง มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวและเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นของศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องมีในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2.2 ศูนย์บริการ หมายความถึง ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

2.3 หน่วยงาน หมายความถึง หน่วยงานที่เป็นผู้ให้บริการ หรือเป็นผู้บริหารศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว

2.4 ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist Information Center) หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเข้ามารับบริการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยสามารถเข้าถึงโดยตรง รวมถึงใช้ช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต มีพันธกิจหรือวัตถุประสงค์ในการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเอกชน

2.5 ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ประเภท ก หมายความถึง ศูนย์บริการข้อมูลที่มีสถานที่ตั้งถาวรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว มีการวางแผนและบริหารจัดการศูนย์บริการ การจัดการบุคลากร และการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวภายในที่ตั้งหรืออาคารของหน่วยงาน

2.6 ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ประเภท ข หมายความถึง ศูนย์บริการข้อมูลที่มีสถานที่ตั้งถาวรหรือกึ่งถาวร มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว และมีการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว (2556) องค์ประกอบในการประเมินระดับคุณภาพมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวมีจำนวน 6 องค์ประกอบ ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบที่ 1 สถานที่ตั้ง ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 5 ข้อ โดยตัวชี้วัดในแต่ละข้อจะมีรายละเอียดการพิจารณาและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1.1 ตัวชี้วัดที่ 1 ความสะดวกในการเข้าถึง โดยพิจารณาจากความสะดวกรวดเร็วของนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงศูนย์บริการ โดยพาหนะทุกชนิด ทั้งพาหนะส่วนตัวและบริการสาธารณะ

1.2 ตัวชี้วัดที่ 2 ความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง โดยพิจารณาจากความเหมาะสมของสถานที่ตั้งของศูนย์บริการ ให้อยู่ในทำเลที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งชุมชน โดยดูจากระยะทาง

1.3 ตัวชี้วัดที่ 3 สภาพอาคาร สถานที่ พิจารณาจากสภาพทางกายภาพภายนอก และภายใน คือ ตัวอาคาร สถานที่ ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานเพื่ออำนายความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ตัวชี้วัดที่ 4 การสะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยพิจารณาจากสภาพทางกายภาพภายนอกและภายใน คือ การตกแต่งอาคารหรือศูนย์บริการ สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่นหรือไม่มีความขัดแย้งกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น

1.5 ตัวชี้วัดที่ 5 ความพร้อมของอุปกรณ์ฉุกเฉิน โดยพิจารณาจากการเตรียมความพร้อมด้านความปลอดภัย ตลอดจนอุปกรณ์ฉุกเฉิน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับกรณีฉุกเฉินที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด เช่น อัคคีภัย แผ่นดินไหว เป็นต้น

2. องค์ประกอบที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 5 ข้อ โดยตัวชี้วัดแต่ละข้อ มีรายละเอียด การพิจารณา แนวทางปฏิบัติ ดังนี้

2.1 ตัวชี้วัดที่ 6 สัดส่วนพื้นที่พักผ่อนต่อพื้นที่ศูนย์บริการ พิจารณาขนาดพื้นที่พักผ่อนและขนาดพื้นที่ของศูนย์บริการ เฉพาะพื้นที่ส่วนให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวโดยนำมากำหนดสัดส่วนของพื้นที่พักผ่อนต่อพื้นที่ศูนย์บริการเป็นจำนวนร้อยละ

2.2 ตัวชี้วัดที่ 7 ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว

2.2.1 ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ประเภท ก พิจารณาจากจำนวนห้องน้ำ การแบ่งแยกห้องน้ำสำหรับผู้ชายและผู้หญิง ความสะอาด รวมถึง การที่คนพิการสามารถเข้าใช้ ได้อย่างเหมาะสม

2.2.2 ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ประเภท ข โดยพิจารณาจากนักท่องเที่ยว สามารถเข้าใช้บริการห้องน้ำสาธารณะจากแหล่งอื่นๆ ได้ ภายในรัศมีไม่เกิน 250 เมตร และความสะอาด

2.3 ตัวชี้วัดที่ 8 อุปกรณ์ในการปฐมพยาบาล โดยพิจารณาจากการเตรียมความพร้อมในเรื่องการปฐมพยาบาล กรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามารับบริการ โดยอย่างน้อยต้องมีชุดอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น

2.4 ตัวชี้วัดที่ 9 สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ โดยจะพิจารณาจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเบื้องต้น สำหรับคนพิการที่เข้ามารับบริการ คือ ทางลาดเคาน์เตอร์ ป้ายสัญลักษณ์ และที่จอดรถสำหรับคนพิการ

2.5 ตัวชี้วัดที่ 10 สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวด้านการสื่อสารโทรคมนาคม พิจารณาจากสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ศูนย์บริการ บริการหรือจัดให้บริการกับนักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ เครื่องคอมพิวเตอร์ บริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. องค์ประกอบที่ 3 การวางแผนและการจัดการศูนย์บริการ ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 4 ข้อ โดยตัวชี้วัดแต่ละข้อ มีรายละเอียดการพิจารณาแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

3.1 ตัวชี้วัดที่ 11 แผนการดำเนินงานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว พิจารณาจากการมีการจัดทำแผนหรือไม่มีการจัดทำแผนการดำเนินงานประจำปีของศูนย์บริการ

3.2 ตัวชี้วัดที่ 12 กระบวนการวางแผนและมีส่วนร่วม โดยพิจารณาจากกระบวนการวางแผนการปฏิบัติงานของศูนย์บริการ โดยดูจากขั้นตอนกระบวนการในการวางแผนและการให้บุคลากรภายในหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน

3.3 ตัวชี้วัดที่ 13 กระบวนการปฏิบัติตามแผน โดยพิจารณาจากกระบวนการปฏิบัติงานตามแผนงานที่ได้วางแผนไว้ โดยดูจากร้อยละของการปฏิบัติงานตามแผนงาน

3.4 ตัวชี้วัดที่ 14 การประเมินผลการดำเนินการ โดยพิจารณาจากการมีหรือไม่มีการประเมินผลการดำเนินการของศูนย์บริการ โดยวัดจากการปฏิบัติงานตามแผนงาน

4. องค์ประกอบที่ 4 การจัดการบุคลากร ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 7 ข้อ โดยแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบย่อย คือ การจัดการบุคลากรภายใน ประกอบด้วยตัวชี้วัดจำนวน 4 ข้อ และการจัดการบุคลากรภายนอก ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 3 ข้อ โดยตัวชี้วัดแต่ละข้อ มีรายละเอียดการพิจารณา แนวทางปฏิบัติ ดังนี้

4.1 ตัวชี้วัดที่ 15 กระบวนการสรรหาและคัดเลือก โดยพิจารณาจากการมีหรือไม่มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร ไม่ว่าจะใช้วิธีเสาะแสวงหาแหล่งผู้มีความรู้หรือการชักจูงให้มาสมัครโดยวิธีการต่างๆที่จะเข้ามาทำงานว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

4.2 ตัวชี้วัดที่ 16 การกำหนดตำแหน่ง ภารกิจ ความรับผิดชอบ พิจารณาการมีหรือไม่มีการกำหนดตำแหน่ง ภารกิจ ความรับผิดชอบของบุคลากรในศูนย์บริการ

4.3 ตัวชี้วัดที่ 17 กิจกรรมการสร้างแรงจูงใจ พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่บุคลากรในศูนย์บริการ

4.4 ตัวชี้วัดที่ 18 การฝึกอบรม พิจารณาจากจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมหรือจัดส่งบุคลากรเข้าร่วมฝึกอบรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริการแก่นักท่องเที่ยว

4.5 ตัวชี้วัดที่ 19 กระบวนการสรรหาและคัดเลือก โดยจะพิจารณาจากการมีหรือไม่มีกระบวนการสรรหา และคัดเลือกบุคลากร ไม่ว่าจะใช้วิธีเสาะแสวงหา แหล่งผู้มีความรู้ หรือการชักจูงให้มาสมัคร โดยวิธีการต่างๆ ที่จะเข้ามาทำงานว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

4.6 ตัวชี้วัดที่ 20 กิจกรรมการสร้างแรงจูงใจ พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่บุคลากรภายนอกที่ปฏิบัติงานในศูนย์บริการ

4.7 ตัวชี้วัดที่ 21 การฝึกอบรม พิจารณาจากจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมหรือจัดส่งบุคลากรภายนอกที่ปฏิบัติงานภายในศูนย์บริการเข้าร่วมฝึกอบรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริการแก่นักท่องเที่ยว

5. องค์ประกอบที่ 5 คุณภาพการบริการของบุคลากร ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 7 ข้อ โดยตัวชี้วัดแต่ละข้อ มีรายละเอียด การพิจารณา แนวทางปฏิบัติ ดังนี้

5.1 ตัวชี้วัดที่ 22 ความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการ พิจารณาจากความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยดูจากการให้บริการตามเวลาทำการของศูนย์บริการ

5.2 ตัวชี้วัดที่ 23 การแต่งกายของบุคลากรที่ให้บริการ โดยพิจารณาจากการแต่งกายที่สุภาพ หรือชุดท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

5.3 ตัวชี้วัดที่ 24 ความสามารถในการให้ข้อมูล โดยพิจารณาจากวิธีการนำเสนอการพูดการอธิบายข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจนที่เป็นไปอย่างสุภาพ เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

5.4 ตัวชี้วัดที่ 25 ความสามารถในการช่วยเหลือ พิจารณาจากการให้บริการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยว โดยดูจากบันทึก รายงานการช่วยเหลือ

5.5 ตัวชี้วัดที่ 26 ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ พิจารณาจากความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5.6 ตัวชี้วัดที่ 27 ความสามารถในการสื่อสารภาษาอื่น ๆ พิจารณาจากความสามารถในการใช้ภาษาอื่น นอกจากภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5.7 ตัวชี้วัดที่ 28 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการ พิจารณาจากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของศูนย์บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

6. องค์ประกอบที่ 6 การจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัดจำนวน 5 ข้อ โดยตัวชี้วัดแต่ละข้อ มีรายละเอียดการพิจารณาแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

6.1 ตัวชี้วัดที่ 29 การจัดหมวดหมู่และการจัดเก็บข้อมูล พิจารณาจากการจัดหมวดหมู่การจัดเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยดูจากความเป็นระเบียบเรียบร้อย การเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก

6.2 ตัวชี้วัดที่ 30 ความรวดเร็วในการเรียกใช้ข้อมูล โดยพิจารณาจากความรวดเร็วโดยดูจากระยะเวลาในการเรียกใช้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ทันต่อความต้องการ

6.3 ตัวชี้วัดที่ 31 ความถูกต้องในการเรียกใช้ข้อมูล โดยจะพิจารณาจากความถูกต้องในการเรียกใช้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยดูจากข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

6.4 ตัวชี้วัดที่ 32 ความหลากหลายของข้อมูล พิจารณาจากความหลากหลายของข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ได้แก่ แผ่นพับ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องว่ามีกี่ชนิด ประเภทของข้อมูลมากน้อยเพียงใด

6.5 ตัวชี้วัดที่ 33 เครื่องมือที่ใช้ในการจัดการข้อมูล โดยจะพิจารณาจากเครื่องมือที่ใช้ในการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบอินทราเน็ต ระบบอินเทอร์เน็ต และเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการข้อมูลอื่น ๆ เช่น เครื่องให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว แบบอัตโนมัติที่เป็นระบบธรรมดา หรือสัมผัส เป็นต้น

6.6 ตัวชี้วัดที่ 34 ช่องทางการให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวอื่นๆ โดยจะพิจารณาจากช่องทางในการให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ให้บริการ การให้บริการผ่านโทรศัพท์ การให้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือการให้บริการข้อมูลผ่านศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center)

ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น ทำหน้าที่รับรองและให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟเชิงสะพานนพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง

เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์และคมนาคมด้วย แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุงหน้าไปรษณีย์กลาง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อกระทรวงเศรษฐการเสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว

2. งานรับรองนักท่องเที่ยว

3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐการได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปแบบสมาคมได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่งดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐการเป็นเจ้าของเรื่องกระทรวงเศรษฐการได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์เป็นผู้จัดทำเพราะกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์และท่องเที่ยวอยู่ กระทรวงเศรษการได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมาจนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิดจึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยวขึ้นใหม่ จึงได้มีมติให้กรมโฆษณา การยกร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอให้

คณะรัฐมนตรีพิจารณา ในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการได้ทำความตกลงกับกระทรวงเศรษฐการ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ใช้งบประมาณของกรมโฆษณาการเป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว"โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนัก-นายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

ใน พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ไปพักรักษาตัวอยู่ที่สหรัฐอเมริกาได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรีได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออกแล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย"มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." โดยมีการประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพ.ศ. 2502

ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อาศัยอาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินงานที่สำนักงานถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 ได้ประกอบพิธีเปิด "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริม-การท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 นั้นมีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สภานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผ่าน

การพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท."

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ททท.เป็นองค์กรชั้นเลิศระดับสากลด้านการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

พันธกิจ

1. ส่งเสริมความเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่ (Tourism - Strategic Partner)

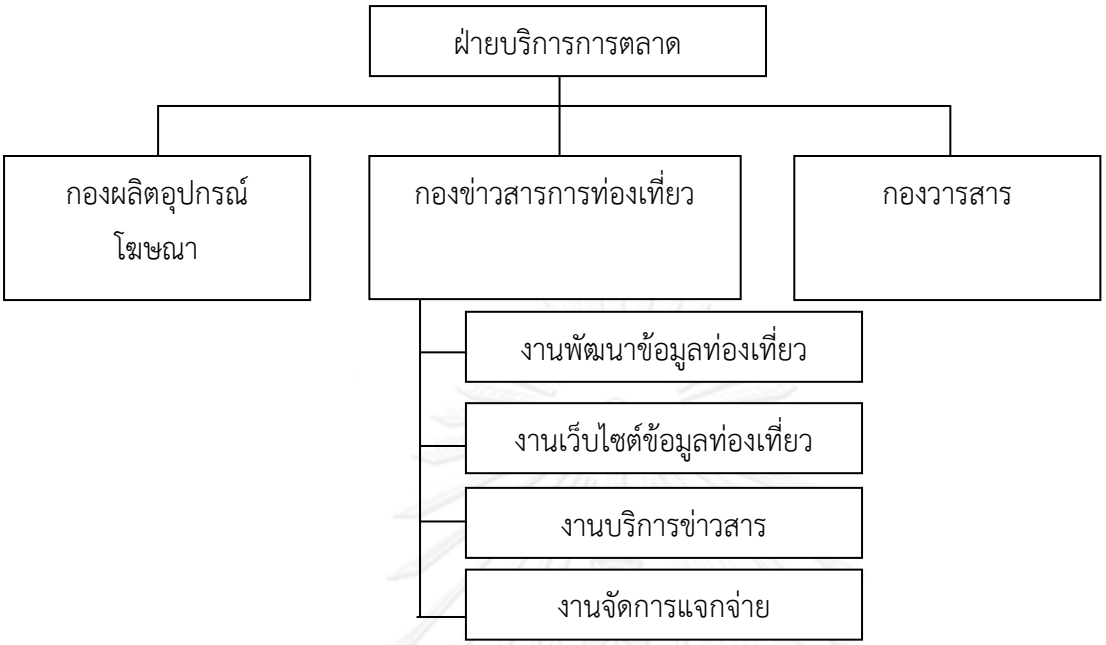
2. สนับสนุนระบบสารสนเทศและนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นเลิศ (Intelligence Center)

3. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของนักการตลาดการท่องเที่ยวมืออาชีพ (Marketing - Professional)

4. พัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ได้มาตรฐานระดับสากล (Operational Excellence)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

โครงสร้างการบริหารงานของฝ่ายบริการการตลาด



ภาพที่6 โครงสร้างการบริหารงานของฝ่ายบริการการตลาด

ที่มา:ภาพฝ่ายบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

งานบริการข่าวสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) กองข่าวสารการท่องเที่ยวมีหน้าที่รับผิดชอบการให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยหนึ่งในกิจกรรมนั้นคือการให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวผ่านศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขข้อมูลดังกล่าวทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลข่าวสารทางโทรสารและโทรศัพท์ให้มีความถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอตลอดจนดำเนินการแจกจ่ายวัสดุอุปกรณ์และสื่ออุปกรณ์ส่งเสริมการขายที่องค์กรผลิตให้หน่วยงานต่างๆซึ่งประกอบด้วย 3 งาน ดังนี้

1. งานพัฒนาข้อมูลท่องเที่ยว มีหน้าที่ดังนี้

1.1 สำรวจค้นคว้า ประมวล เรียบเรียงข้อมูล และเอกสารเพื่อใช้ในการให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

1.2 ปรับปรุง แก้ไขข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว กิจกรรมทางการตลาดและสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มีความถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ

1.3 รวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมตามหน่วยงานต่างๆ สำหรับเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.4 ประสานหน่วยงานภายใน ส่วนราชการและหรือเอกชนอื่นๆ ในการรวบรวมข่าวสารการบริการและอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว

1.5 ปรับปรุงแก้ไขเอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์และมีคุณภาพและมาตรฐานสากล

1.6 ผลิตเอกสารแผ่นพับข้อมูลท่องเที่ยว ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว หน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. งานเว็บไซต์ข้อมูลท่องเที่ยว มีหน้าที่

2.1 สำรวจ ค้นคว้า ประมวล เรียบเรียงข้อมูลและเอกสาร เพื่อใช้ในการให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.2 ปรับปรุง แก้ไขข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว กิจกรรมทางการตลาดและสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มีความถูกต้องแลละทันสมัยอยู่เสมอ

2.3 รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยว ข้อมูลการจัดกิจกรรม ข่าวสารในการบริการ และสิ่งอำนวย-ความสะดวกตามหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานภายในส่วนราชการและหรือเอกชนอื่นๆ สำหรับเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.4 นำเสนอข้อมูลท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องตามนโยบายทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของ ททท. ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.5 ปรับปรุง แก้ไข จัดการและดูแลรักษาเว็บไซต์ที่อยู่ในความรับผิดชอบให้สามารถให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 ประสานงานกับกองงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในการร่วมพัฒนาระบบข้อมูลท่องเที่ยวสารสนเทศที่สามารถสนับสนุนการบริการข้อมูลผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ต

2.7 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์

3. งานบริการข่าวสารมีหน้าที่ ดังนี้

3.1 ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ระบบ Call Center ระบบ audio text และ fax on - demand

3.2 ปรับปรุงแก้ไขข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว กิจกรรมทางการตลาดและสินค้าทางการท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

3.3 รวบรวมปัญหา ตอบข้อสงสัย และรับข้อเสนอแนะต่างๆ จากนักท่องเที่ยวทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แล้วรายงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ

3.4 พัฒนาระบบการบริการข่าวสาร ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถที่จะให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.5 สำรวจแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

3.6 รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามหน่วยงานต่างๆทั้งหน่วยงานภายในส่วนราชการและเอกชนอื่นๆ สำหรับเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.7 บริการข้อมูลให้คำแนะนำด้านการท่องเที่ยว และแจกจ่ายแผ่นพับเอกสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และประชาชนที่มาติดต่อด้วยตนเอง ณ ศูนย์บริการข่าวสารของ ททท.

3.8 ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายในองค์กรและองค์กรภายในการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวในโอกาสต่างๆ

ขั้นตอนการเก็บข้อมูลของงานบริการข่าวสาร

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากแหล่งต่างๆโดยการเดินทางสำรวจ สื่อต่างๆ

2. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3. บันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูล (database) โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่หลักๆดังนี้ คือ การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลและงานประเพณี ที่พัก ร้านอาหาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. แจ้งให้เจ้าหน้าที่ทราบ และเอกสารเวียน

5. จัดเก็บเข้าแฟ้ม

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ให้บริการตอบข้อมูลข่าวสารและแจกเอกสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาติดต่อด้วยตนเอง ทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ให้บริการทุกวัน เวลา 8.30 -16.30น.

2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ถนนราชดำเนินนอก เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 8.30 - 16.30น.

3. ท่าอากาศยานนานาชาติ สุวรรณภูมิ เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญเปรียบเสมือนหน้าตาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและประเทศไทย เป็นงานส่วนที่จะได้พบปะกับนักท่องเที่ยวโดยตรง และเป็นตัวชี้วัดถึงความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2549 พร้อมกับการเปิดให้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีจำนวน 2 เคาน์เตอร์

1. ห้องโถงผู้โดยสารขาเข้า ชั้น 2 บริเวณประตู 3 ในZone B เนื่องจากเป็นจุดนัดพบของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีขนาดพื้นที่ปฏิบัติงาน 1.50x6 เมตร หน้าเคาน์เตอร์กว้าง 2 เมตร

2. ห้องโถงผู้โดยสารขาเข้า ชั้น 2 บริเวณประตู 10 ในZone C เนื่องจากเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศจะเจอหลังจากการรับกระเป๋า มีขนาดพื้นที่ปฏิบัติงาน 2.5x 6 เมตร หน้าเคาน์เตอร์กว้าง 3.5 เมตร

โดยเปิดให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวทุกวันไม่เว้นวันหยุด ตลอด 24 ชั่วโมง มีเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นลูกจ้างโครงการหมุนเวียนไปปฏิบัติงาน ส่วนในวันหยุดมีพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจากกองงานต่างๆ มาช่วยให้ข้อมูลระหว่างเวลา 08.00-24.00น. โดยมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

ของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีดังต่อไปนี้

1. ตอบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยการแจกจ่ายเอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยวภาษาไทย 77 จังหวัด ภาษาอังกฤษ 40 จังหวัด แผนที่ และเอกสารอื่นๆ

2. ตอบปัญหาการเดินทางเข้าเมืองหรือการเดินทางไปสถานที่ต่างๆ

3. พร้อมทั้งช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเบื้องต้น เช่น การแปลภาษาอังกฤษ

4. ตอบปัญหาเกี่ยวกับจุดบริการต่างๆในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณศูนย์บริการการท่องเที่ยว

1. คอมพิวเตอร์จำนวน 2 ชุด พร้อมอินเตอร์เน็ต (เฉพาะบริเวณด้านหน้าของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวชั้น 2 ประตู 3 Zone B) ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการได้ฟรี สามารถใช้ค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม จองที่พักด้วยตนเอง เป็นต้น

2. เอกสารแนะนำท่องเที่ยวภาษาไทย 77 จังหวัด ภาษาอังกฤษ 40 จังหวัด โดยในเอกสารจะประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนั้นๆ ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวร้านอาหารและที่พักโดยแบ่งเป็นหมวดตามอำเภอในจังหวัดนั้นๆ โปรแกรมท่องเที่ยวตัวอย่าง บริษัทนำเที่ยว สินค้าพื้นเมือง เบอร์โทรศัพท์ติดต่อที่สำคัญในพื้นที่นั้นๆ พร้อมทั้งแผนที่จังหวัดและแผนที่ตัวเมือง

3. แผนที่ประเทศไทยเป็นภาษาอังกฤษ

4. แผนที่กรุงเทพมหานคร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5. เอกสารข้อแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

6. เอกสารอื่นๆ เช่น วารสารท่องเที่ยว แผ่นพับโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวที่พักต่างๆ เป็นต้น

7. โทรศัพท์ สำหรับให้เจ้าหน้าที่ใช้ในการช่วยตรวจเช็คข้อมูลเพิ่มเติม หรือให้ความเหลือนักท่องเที่ยวตามแต่ความเหมาะสม

8. ข้อมูลท่องเที่ยวด้วยระบบ database ซึ่งเป็นฐานข้อมูลสำหรับเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการที่ใช้ในการตรวจสอบข้อมูล และตอบคำถามต่างๆแก่นักท่องเที่ยว โดยภายในฐานข้อมูลจะแบ่งข้อมูลไว้ตามหมวดหมู่ หลักๆดังนี้ การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลและงานประเพณี ที่พัก ร้านอาหาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันทนา สุรชีวิน (2541) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี2541-2542 โดยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป เป็นผู้ที่สมรสแล้วและมีระดับการศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีอาชีพรับจ้างอิสระ มาท่องเที่ยวไทยเป็นครั้งแรก และผลการเปรียบเทียบพบว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปีต่างกัน เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี2542 เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับปานกลางจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ วารสารการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่ออื่นๆ นั้นนักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารในระดับ.01

ฐปนี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักท่องเที่ยว จำนวน400คน ที่ใช้บริการศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรงเทพมหานคร โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น2กลุ่มคือนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีสถานะภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนประมาณต่ำกว่า 5,000–15,000บาท โดยในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ใช้สื่อบุคคลพบว่านักท่องเที่ยวแสวงหาข่าวจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมากที่สุด และ มีการแสวงหาข่าวสารในระดับปานกลาง สื่อมวลชนพบว่านักท่องเที่ยวแสวงหาข่าวจากสื่อวิทยุมากที่สุดและมีการแสวงหาข่าวในระดับปานกลาง สื่อเฉพาะกิจพบว่านักท่องเที่ยวแสวงหาข่าวจากสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด และมีการแสวงหาข่าวระดับปานกลาง สื่ออื่นๆ มีการแสวงหาข่าวในระดับสูง ในการสำรวจพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารพบว่านักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ข่าวสารในด้านต่างๆในระดับต่ำและนำไปใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวอย่างประหยัดและปลอดภัยในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่อง ความพึงพอใจในข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครส่วนมากจะมีความพึงพอใจในข่าวสารระดับปานกลาง ยกเว้นความพึงพอใจในข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

ปราณี จั่นนพรัตน์ (2550) โดยได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อศูนย์ท่องเที่ยวอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการศูนย์ท่องเที่ยวอยุธยา จำนวน150คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาใน

กรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีสถานะภาพโสด มีอายุต่ำกว่า20ปี มีอาชีพต่ำกว่า20ปี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000บาท โดยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้ มีการเดินทางท่องเที่ยวปีละ3-4ครั้งต่อปี มาเที่ยวอยุธยาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ เดินทางมาเองโดยรถยนต์ส่วนตัวและมากับเพื่อน มาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้นมาใช้บริการเป็นครั้งแรก และต้องการข้อมูลท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ และตัดสินใจจะแวะกลับมาใช้อีกและจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ ในส่วนของความพึงพอใจในการใช้บริการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ความต้องการในด้านการประชาสัมพันธ์ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นแผ่นพับและใบปลิวอยู่ในระดับมาก การเข้าถึงศูนย์ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ กิจกรรมท่องเที่ยว ความปลอดภัย อยู่ในระดับมากยกเว้นโทรศัพท์สาธารณะและทางไกลอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

เพรามาตร หันตรา (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระบบการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มของประเทศไทย โดยศึกษาข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในทวีปยุโรป เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง31-40ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ 70,000 เหรียญสหรัฐขึ้นไปต่อปี มีอาชีพอิสระเคยมาประเทศไทยแล้ว และมีวัตถุประสงค์ต้องการมาท่องเที่ยว และรับทราบข่าวการคืนภาษีในโฆษณาบนเครื่องบิน และในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจพบว่า ในด้านการให้บริการของพนักงานร้านค้า ความรวดเร็ว ความสุภาพของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ทุกประเด็น ด้านเจ้าหน้าที่ศุลกากร มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านเจ้าหน้าที่กรมสรรพากร ในเรื่องการบริการตรวจสอบสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่องความสุภาพของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก

ภรรคพล อุตระทอง (2550) คาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครโดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่นำผลิตภัณฑ์มาซ่อมที่ศูนย์บริการของทางบริษัท โดยผลการวิจัย พบว่า ด้านของข้อมูลทั่วไปผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมากทั้ง 7 ด้านคือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกและรวดเร็ว ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านคุณภาพการบริการและด้านการประสานงานการบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานในด้านความคาดหวังโดยรวม พบว่าในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้ศูนย์บริการโดยรวม ด้านเหตุผลของการเลือกเข้ารับบริการ ณ ศูนย์บริการ ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการให้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานในด้านความพึงพอใจโดยรวม พบว่า ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ด้านอายุที่

แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการใช้ศูนย์บริการโดยรวม ด้านระดับสินค้าที่นำมาใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่าความคาดหวังของลูกค้าในการรับบริการ ทั้งหมด 7 ด้าน คือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกและรวดเร็ว ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านคุณภาพการบริการ และด้านการประสานงานการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

วรรณวิมล จงจรวยสกุล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาในการบริการของงานทะเบียนและวัดผลทุกคณะ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวม นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานทะเบียนและวัดผลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 นักศึกษาชายพึงพอใจมากกว่านักศึกษาหญิงเรื่องการต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการมีความถูกต้อง แม่นยำ ทันเหตุการณ์ ให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย ส่วนนักศึกษาหญิงพอใจมากกว่านักศึกษาชายในเรื่องผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจ ให้คำปรึกษาและข้อแนะนำ

สุกฤตา อนุกูลสาธุกิจ (2551) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่มีต่อการให้บริการเว็บไซต์ www.tourismthailand.com ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในด้านเนื้อหา รูปแบบ เวลา และกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยได้แก่ ผู้ทำเว็บไซต์ และผู้เข้าชมเว็บไซต์ ทั้ง 400 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัยในการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้เข้าชมเว็บไซต์มีความคิดเห็นต่อการให้บริการในระดับมากทั้ง4 ด้าน

อัศวิน แสงพิกุล (2552) ได้ศึกษาการวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย โดยเปรียบเทียบในลักษณะภูมิภาคระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยระบุว่าแรงจูงใจผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและยุโรปมีลักษณะคล้ายกัน คือ แรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกๆใหม่ๆในสถานที่ต่างๆ ส่วนปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเดินทางมาประเทศไทยมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพราะปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรประบุว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็น

ปัจจัยดึงดูดหลัก ให้อยากเดินมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การวางแผนการเดินทาง ระยะเวลาพำนัก กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร

บุญศักดิ์ รามล (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมมีความต้องการให้ปรับปรุงอยู่ในระดับปานกลาง และรายด้านมีความต้องการให้ปรับปรุงด้านพนักงานให้บริการ และด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านประชาสัมพันธ์มีความต้องการให้ปรับปรุงอยู่ในระดับน้อย ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีเพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน

สุพิชญา วงศ์วาสนาม (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และเปรียบเทียบความความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยจำแนกตามการให้บริการของท่าอากาศยานทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการด้านการให้บริการของท่าอากาศยานเพิ่มขึ้นโดยกลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานตัวแทนสายการบิน กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงด้านเดียวที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนในด้านสถานที่ ด้านความปลอดภัย และด้านคมนาคมไม่แตกต่างกัน

ณัฐนรี สมิตร (2554) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย อยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกันในความคาดหวังด้าน

ชุมชนสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกันในด้านชุมชนสีเขียว และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

ทัศตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์ (2554) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังในระดับมากในด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านสถานที่ และในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านสถานที่และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร และพบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติช้างต้น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเรือราชพิธี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิชาติ ติลกสกุลชัย (2554) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ความต้องการข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่อออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้สื่อออนไลน์หาข้อมูลมากกว่า20ครั้ง ในช่วงอายุที่ต่างกัน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและพัฒนาระบบออนไลน์ของททท. โดยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะค้นหาผ่านสื่อออนไลน์ 10 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก การเดินทางและแผนที่ ร้านอาหาร ราคา และรายการส่งเสริมการขาย โปรแกรมท่องเที่ยว รูปภาพของแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก กิจกรรมที่ทำได้ ช่องทางการติดต่อและจองที่พักร้านอาหาร และข้อคิดเห็นจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน โดยส่วนใหญ่นิยมหาข้อมูลจากโปรแกรมค้นหา เช่น กูเกิ้ล แล้วจึงค้นหาจากสื่อออนไลน์อื่นๆ โดยให้ความสำคัญ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ค และบล็อก ในระดับมาก และหาจากบล็อก ยูทูบ ทวิสเตอร์ และ แอพพลิเคชั่นในระดับปานกลาง

งานวิจัยต่างประเทศ

ฟลุคเคอร์ และ เลินเซ่ร์ (Fluker & Lindsay, 2000) ศึกษาเรื่อง ความต้องการของแรงจูงใจและความคาดหวังของการท่องเที่ยวแล่งแก่งที่ Whitewater ของนักท่องเที่ยวที่เคยประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่นี้มาก่อน ซึ่งได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งก่อนและหลังการท่องเที่ยว โดยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์และไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวล่องแก่งมาก่อนซึ่งผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างของความต้องการและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง2กลุ่ม โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์จะมีความต้องการในการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย อีกทั้งยังกล้าเสี่ยงด้วยความหวังให้ประสบความสำเร็จที่ตั้งเป้าไว้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์มาก่อนต้องการได้รับการพักผ่อนจากการท่องเที่ยวมากกว่า และคาดหวังในสิ่งที่เป็นจริง นอกจากนี้ยังนึกถึงประโยชน์อื่นๆที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เช่น การได้สัมผัสกับธรรมชาติ ได้พบเพื่อนใหม่ เป็นต้น ในขณะที่ไม่มีความแตกต่างในด้านความคาดหวังของการท่องเที่ยวทั้ง2กลุ่ม

เบเกอร์ และ ครอมตัน(Baker & Crompton, 2000) ได้ศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสินค้าและการบริการ ความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวพบว่าการจัดกิจกรรมต่าง ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ถ้ามีผลการปฏิบัติงานดี สินค้าและบริการมีคุณภาพจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวกสูง ทำให้รับรู้ได้ถึงผลของการเพิ่มความจงรักภักดีและการหวนกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต การสร้างความพงพอใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่น่าจดจำ เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากสินค้าหรือบริการมีราคาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มผลกำไรให้กับการท่องเที่ยว ช่วยให้สถานที่มีชื่อเสียงมากขึ้น เพิ่มความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวใหม่และยังคงรักษานักท่องเที่ยวเก่าไว้จนบอกเล่าต่อๆ กันในสิ่งที่ดีรวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่างๆในการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในนามของชุมชนจะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่างๆมากขึ้น

สไปแนลลิ และ คานาโวส (Spineli & Canavos, 2000) ได้ศึกษาในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของพนักงานกับลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากพนักงานโรงแรมและลูกค้าที่เข้ามาพักที่โรงแรม ผลจากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่พนักงานพึงพอใจมากที่สุดคือ การได้รับการสรรเสริญเยินยอในการทำงาน และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สำหรับลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านความสามารถและความรวดเร็วในการบริการ ความสะอาดของห้องพัก และปัจจัยด้านคุณค่าและคุณภาพของอาหารเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะรู้สึกไม่พึงพอใจมากที่สุด

ชอยว์ และ ชูว์ (Choi & Chu, 2001) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักโรงแรมในฮ่องกง โดยได้จัดแบ่งออกเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยรองที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าพัก โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมคือ คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพห้องพัก ความคุ้มค่าเงิน คุณภาพของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย โดยสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพห้องพัก และความคุ้มค่าเงิน เป็นสามปัจจัยหลักที่มีความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ ต่อความพึงพอใจ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความจงรักภักดีกับโรงแรม

สปาร์ค และ ไทด์เวล (Spark & Tideswell, 2003) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การบริการทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการต้อนรับ ผลการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลที่ภาครัฐและภาคเอกชนล้วนให้ความสำคัญและเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบันนี้คือ การให้ข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ง่ายต่อการเข้าถึงในด้านความสะดวกรวดเร็วและปริมาณข้อมูลที่สามารถค้นหาได้ในคราวเดียว เนื่องจากในแต่ละเว็บไซต์สามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่ออื่น 2) มีอิสระในการค้นหาข้อมูล เนื่องจากไม่ถูกชักจูงโดยพนักงานขายที่ได้รับค่าคอมมิชชั่นจากการขายเป็นการตอบแทน 3) สามารถดำเนินการผ่านทางเว็ปไซต์ด้วยการบริการออนไลน์ได้ทันที

ฟาง (Fang, 2008) ได้ศึกษาเรื่องระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาคุณลักษณะและแรงจูงใจ กรณีศึกษา Nature-based Resort โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะและการให้บริการของที่พัก และความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่าอัธยาศัยไมตรีและการให้บริการอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งการดำเนินงานของที่พัก มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้อาหารและสถานที่ตั้งของที่พักเป็นปัจจัยสำคัญต่อการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มรูทู (Mrutu, 2008) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศแทนซาเนีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศแทนซาเนีย เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญระหว่างระดับของคุณภาพการให้บริการที่รับรู้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศแทนซาเนีย ราคาที่รับรู้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศแทนซาเนีย และสถานที่ตั้งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศแทนซาเนีย โดยสำรวจจากโรงแรมบางแห่งที่อยู่ใกล้ชายหาดและที่ตั้งอยู่ในเมือง ผลการศึกษาพบว่าเรื่องคุณภาพการให้บริการที่รับรู้ และราคาที่รับรู้

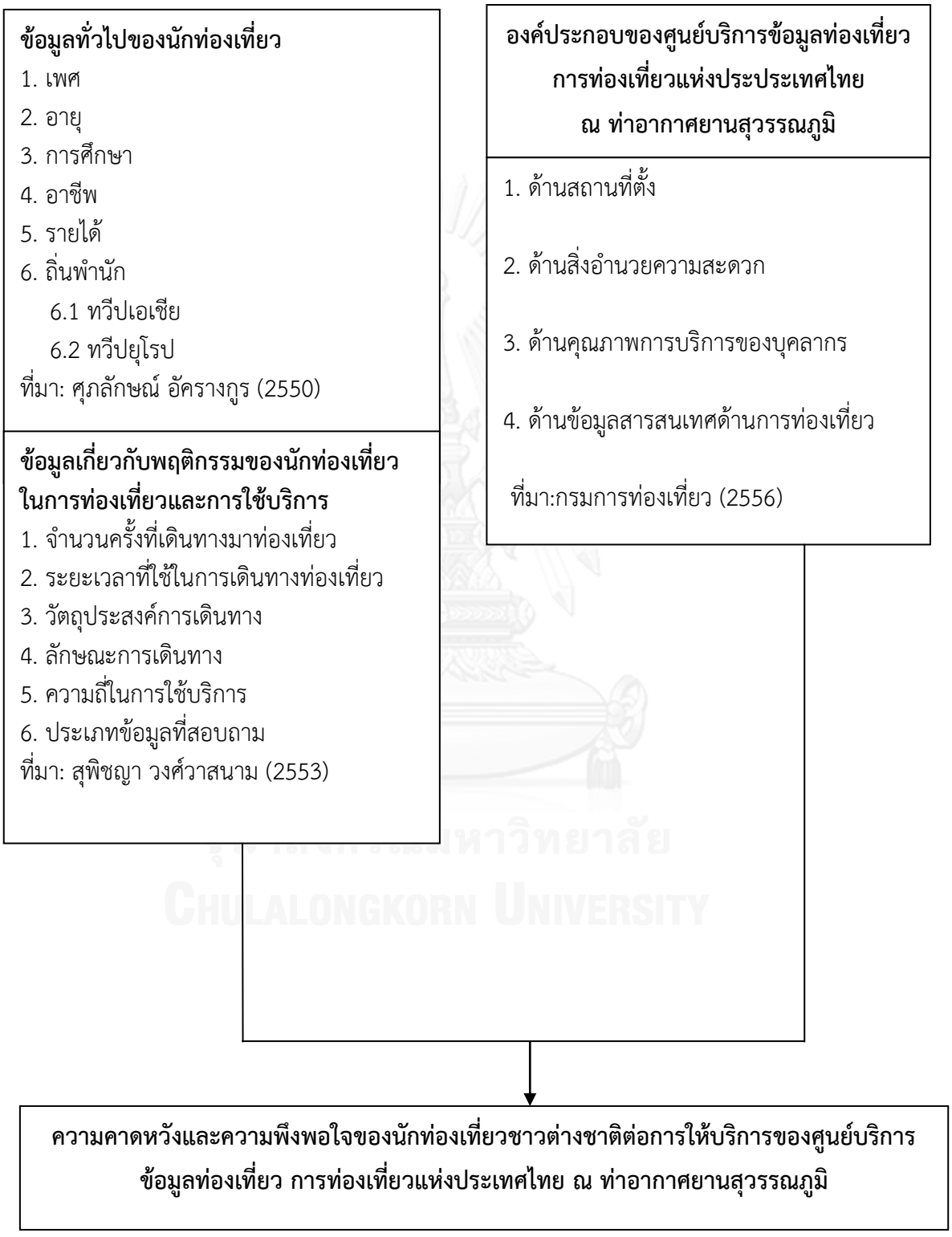
เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศแทนซาเนีย และมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ และยังพบว่าส่วนโรงแรมส่วนใหญ่ไม่ได้สร้างแต่ในเขตเมือง แต่ยังมุ่งเน้นสร้างในพื้นที่อื่นเช่น ชายหาด และศูนย์กลางการท่องเที่ยวอื่นๆ จากการศึกษาได้แนะนำว่าการตั้งราคาที่เหมาะสมและการให้บริการที่มีคุณภาพสูง อาจตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและดึงดูดลูกค้ามากขึ้นจากทั่วทุกมุมโลก

โซมิโร (Somero, 2012) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ณ เมืองเฮลซินกิ ในอนาคตอันใกล้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(stakeholder) ของเมืองเฮลซินกิ เพื่อหารูปแบบวิธีการบริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวที่จำเป็น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการศึกษาพบว่า ในอนาคตศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจำเป็นต้องตั้งที่มีนักท่องเที่ยวเคลื่อนย้ายจำนวนมาก และ ข้อมูลจะต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรจะมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย และศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวต่างๆควรมีการแบ่งปันความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน

มาริต้า (Marita, 2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการในการบริการลูกค้าภายในของบริษัทอัพลอย อวย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบคุณภาพในการบริการ และทราบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการใช้บริการโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยประเมินคุณภาพการให้บริการลูกค้าใน7 แผนกที่ให้บริการลูกค้าและประเมิน 8 คุณลักษณะของคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการของทุกแผนก ในเรื่อง มีความสุภาพ และเป็นมืออาชีพ นอกจากนี้ยังพบว่าในเรื่องคุณลักษณะของคุณภาพการให้บริการ มีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร การจัดการที่รวดเร็วตามที่ลูกค้าร้องขอ ความสะดวกในการสื่อสาร ความพร้อมของบุคลากร และกิจกรรมเชิงรุกในการพัฒนาวิธีการทำงาน จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละแผนกแตกต่างกัน

จาง (Jiang, 2013) ได้ทำการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่าเรือสำราญ กรณีศึกษา ท่าเรือสำราญวูซองคู เมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน โดยใช้ โมเดล SERVQUAL และโมเดล ACSIและจะพิจารณาโดยระบุเฉพาะการบริการของท่าเรือ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเรือสำราญมีความพึงพอใจโดยรวมกับการคุณภาพการบริการของท่าเรือ มีความพึงพอใจในเรื่องของความน่าเชื่อถือของท่าเรือสูงสุด และมีความพึงพอใจในการบริการที่เป็นรูปธรรมต่ำสุด โดยระบุว่าการบริการที่เป็นรูปธรรมในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก การจราจร มีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนในเรื่องความน่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องของความปลอดภัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการศึกษาโดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยข้อมูลจากสถิติปีพ.ศ. 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการ 87,703 คน (งานบริการข่าวสาร, 2556)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีจำนวน 400 คน ผู้วิจัยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่95% ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน5%

จากสูตร $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม

แทนค่าในสูตร $n = \frac{87703}{1+87703\ (0.05)^2}$

$n = 398.18$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากการคำนวณหาจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่า 398.18 เพื่อสะดวกในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้จำนวน 400 คน ซึ่งถือว่าเพียงพอ และเหมาะสมในการเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2539)

วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection Sampling - Method) โดยจะเจาะจงเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และเนื่องจากผู้วิจัยได้ดูค่าสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวนมากที่สุด2 กลุ่มใหญ่ในปีพ.ศ. 2555 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปเอเชีย และทวีปยุโรป ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งสองกลุ่มจึงได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย และนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จึงเลือกเก็บ 2 กลุ่มนี้ โดยเก็บกลุ่มละ 200 คนในอัตราที่เท่ากัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

การสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากตำรา เอกสารต่างๆ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และสังเกตการณ์การทำงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พร้อมทั้งสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ ศึกษามาตรฐานของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวผู้ซึ่งมีหน้าที่ดูแลเรื่องคุณภาพในการบริการของสถานบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเป็นภาษาไทย โดยออกแบบแบบสอบถามให้ครบคลุมตามเนื้อหากรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สัญชาติ ซึ่งเป็นแบบคำถามปลายปิด(Close-ended Question) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย วัตถุประสงค์การเดินทางมา ลักษณะการเดินทาง ความถี่ในการใช้บริการ ประเภทข้อมูลที่สอบถาม ซึ่งเป็นแบบคำถามปลายปิด (Close-ended Question) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศ-ยานสุวรรณภูมิ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) โดยใช้มาตรวัดแบบของลิเคิร์ท (Likert Scale) และใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับให้คะแนนดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541)

ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง/ความพึงพอใจมากที่สุด ให้คะแนน	5	คะแนน
ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง/ความพึงพอใจมาก ให้คะแนน	4	คะแนน
ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง/ความพึงพอใจปานกลาง ให้คะแนน	3	คะแนน
ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง/ความพึงพอใจน้อย ให้คะแนน	2	คะแนน
ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง/ความพึงพอใจน้อยที่สุด ให้คะแนน	1	คะแนน

ตอน**ที่ 4** ความคิดเห็นและข้อแนะนำของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question)

การตรวจหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการวัดความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 4 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ประเมินความถูกต้องสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนในแต่ละข้อดังนี้

+1	เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0	เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่
-1	เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หลังการนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ในแต่ละข้อคำถามตามสูตรดังนี้

สูตรการคำนวณค่า IOC = $\frac{\sum R}{N}$

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

R หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยพิจารณา - ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

ถ้าพบว่าคำถามใดมีค่าดัชนีหรือความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความสามารถที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553)

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามภาษาไทยที่ผ่านการตรวจหาความตรงเชิงเนื้อหาแล้ว มาแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วยวิธีการแปลไปข้างหน้า (Forward Translation) โดยการให้ผู้แปลคนที่หนึ่ง คือ คุณนภอนงค์ ชำนาญอาสา ซึ่งเป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์ออสเตรเลีย ประเทศออสเตรเลีย ทำการแปลแบบสอบถามเป็นภาษาอังกฤษ และให้ผู้แปลอีกคนหนึ่งแปลย้อนกลับเป็นภาษาไทย (Back - Translation) โดยผู้แปลคนที่สองคือ คุณจิรัชญา โชติโสภานนท์ ซึ่งจบการศึกษาในระดับศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยโบร์นมัท ประเทศอังกฤษ นำแบบสอบถามภาษาอังกฤษมาแปลเป็นภาษาไทยโดยไม่เห็นต้นฉบับภาษาไทยมาก่อน ซึ่งผู้แปลทั้งสองคนมีความชำนาญทั้ง 2 ภาษา (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)และมีความรู้ในด้านการท่องเที่ยว (ทัศนี ประสบกิตติคุณ, 2550) จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามภาษาไทยต้นฉบับและภาษาไทยที่แปลกลับมาเปรียบเทียบกัน ถ้าข้อความใดของทั้ง 2 ฉบับแปลต่างกันจะใช้วิธีอภิปรายในกลุ่มผู้แปลจนได้ข้อตกลงร่วมกัน (นันทกา สวัสดิพานิช & สุจิตรา เทียนสวัสดิ์, 2554) และผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 ชุด เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาหาความเที่ยง(Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค(Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่ามี ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.942 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าเครื่องมือวัดชุดนี้มีความเที่ยงเหมาะสมที่ไปใช้เก็บข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

4. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขและปรับปรุงแล้วตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยได้รับการรับรองในวันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทั้ง 2 แห่ง ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คือ บริเวณชั้น 2 ประตู 3 ซึ่งเป็นจุดนัดพบของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Meeting Point) และบริเวณชั้น 2 ประตู 10 ซึ่งตั้งอยู่บริเวณประตูทางออกของผู้โดยสารขาเข้าระหว่างประเทศ (International Arrivals) ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ 2557 จำนวน 400 ชุด

การเก็บข้อมูล กระจายเพศ อายุ กระจายวันในการเก็บข้อมูล (วันจันทร์-อาทิตย์) กระจายเวลาตามลักษณะการแบ่งการทำงานของเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการข่าวสาร คือ ช่วงเวลา 8.00-16.00น. เวลา 16.00-22.00น. และเวลา 22.00-8.00น. ทั้งนี้เพื่อกระจายกลุ่มตัวอย่าง และกระจายกลุ่มพนักงานผู้ให้บริการ โดยก่อนการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะถามนักท่องเที่ยวก่อนว่ามาจากประเทศอะไร หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบพร้อมอธิบายให้กับนักท่องเที่ยวให้ทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เก็บแบบสอบถามจนครบตามกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และดำเนินการดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ของระดับความคาดหวังและความพึงพอใจโดยจำแนกตามองค์ประกอบของการให้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ในการแปลผลแบบสอบถามได้แบ่งระดับการรับรู้ออกเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยนำค่าเฉลี่ยมาเทียบเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยซึ่งมี

รายละเอียดวิธีการสร้างเกณฑ์ ดังนี้ การกำหนดคะแนนใหม่ด้วยการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) คือ

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่าในสูตร} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.80 ดังนั้นสามารถแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ ดังนี้

4.24-5.00 หมายถึง ผู้ตอบมีความคาดหวังหรือความพึงพอใจมากที่สุดต่อการให้บริการ

3.43–4.23 หมายถึง ผู้ตอบมีความคาดหวังหรือความพึงพอใจมากต่อการให้บริการ

2.62–3.42 หมายถึง ผู้ตอบมีความคาดหวังหรือความพึงพอใจปานกลางต่อการให้บริการ

1.81–2.61 หมายถึง ผู้ตอบมีความคาดหวังหรือความพึงพอใจน้อยต่อการให้บริการ

1.00–1.80 หมายถึง ผู้ตอบมีความคาดหวังหรือความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อการให้บริการ

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้วยการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกัน (Paired –sample t-test) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

2.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ด้วยการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

3. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและข้อแนะนำด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการจัดหมวดหมู่ เพื่อกำหนดค่าความถี่ เรียงลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการแนะนำของนักท่องเที่ยว นำเสนอในรูปตาราง

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในช่วงเดือนเดือนกุมภาพันธ์ 2557 จำนวน 400 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ แทนความหมายดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบt-test
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศ-ไทย นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 7 ผลวิเคราะห์ข้อมูลข้อแนะนำและความคิดเห็นต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในเรื่องข้อแนะนำนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง และในเรื่องความคิดเห็นนำเสนอในรูปแบบความเรียง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	**206**	**51.5**
หญิง	194	48.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.5 และรองลงมาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ 18-20 ปี	31	7.8
อายุ 21-30 ปี	**182**	**45.5**
อายุ 31-40 ปี	113	28.3
อายุ 41-50 ปี	41	10.3
อายุ 51-60 ปี	27	6.8
อายุมากกว่า 60 ปี	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 45.5 รองลงมา คือ มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 28.3 มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 10.3 มีอายุ 18-20 ปี ร้อยละ 7.8 มีอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 6.8 และ มีอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	75	18.8
ปริญญาตรี	**244**	**61.0**
ปริญญาโท	60	15.0
มากกว่าปริญญาโท	21	5.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 18.8 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 15 และระดับมากกว่าปริญญาโท ร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	85	21.3
พนักงานบริษัทเอกชน	**128**	**32.0**
ข้าราชการ	48	12.0
เจ้าของกิจการ	77	19.3
อื่นๆ	62	15.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 32 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 21.3 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 19.3 อาชีพอื่นๆ เช่น ว่างงาน นักกฎหมาย วิศวกร นักเดินทาง ศิลปิน นักข่าว นักบัญชี แพทย์ แม่บ้าน ช่างภาพ ช่างตัดไม้ ช่างเชื่อม ข้าราชการเกษียณ ร้อยละ 15.5 ข้าราชการ ร้อยละ 12 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 1,000 USD	72	18.0
1,000 - 2,000 USD	**131**	**32.8**
2,001 - 3,000 USD	113	28.3
3,001 - 4,000 USD	49	12.3
มากกว่า 4,000 USD	35	8.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 1,000 - 2,000 USD ร้อยละ 32.8 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 2,001 - 3,000 USD ร้อยละ 28.3 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 USD ร้อยละ 18 มีรายได้ต่อเดือน 3,001 - 4,000 USD ร้อยละ 12.3 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4,000 USD ร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยจำแนกตามถิ่นพำนักที่อาศัยอยู่

ประเทศ	**จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)**	**ร้อยละ**
กลุ่มทวีปเอเชีย		
อินเดีย	**42**	**21.0**
จีน	30	15.0
เกาหลีใต้	23	11.5
ญี่ปุ่น	22	11.0
สิงคโปร์	22	11.0
มาเลเซีย	15	7.5
ฟิลิปปินส์	9	4.5
บังกะลาเทศ	8	4.0
อินโดนีเซีย	6	3.0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเทศ(ตารางที่6 ต่อ)	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	ร้อยละ
ฮ่องกง	6	3.0
พม่า	5	2.5
ศรีลังกา	4	2.0
ไต้หวัน	4	2.0
ประเทศอื่นๆ	4	2.0
รวม	200	100
กลุ่มทวีปยุโรป		
ฝรั่งเศส	**44**	**22.0**
อังกฤษ	36	18.0
เยอรมัน	20	10.0
อิตาลี	16	8.0
สวีเดน	15	7.5
สเปน	14	7.0
ออสเตรีย	9	4.5
นอร์เวย์	9	4.5
เบลเยี่ยม	8	4.0
เดนมาร์ค	7	3.5
รัสเซีย	6	3.0
เนเธอร์แลนด์	5	2.5
ไอร์แลนด์	2	1.0
สวิตเซอร์แลนด์	2	1.0
ประเทศอื่นๆ	7	3.5
	200	100
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักอยู่ในกลุ่ม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภูมิภาคเอเชียจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในประเทศอินเดีย ร้อยละ 21 รองลงมาคือ จีน ร้อยละ 15 เกาหลีใต้ ร้อยละ 11.5 ญี่ปุ่น ร้อยละ 11 สิงคโปร์ ร้อยละ 11 มาเลเซีย ร้อยละ 7.5 ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 4.5 บังกะลาเทศ ร้อยละ 4 อินโดนีเซีย ร้อยละ 3 ฮ่องกง ร้อยละ 3 พม่า ร้อยละ 2.5 ศรีลังกา ร้อยละ 2 ไต้หวัน ร้อยละ 2 และประเทศอื่นๆ เช่น เวียดนาม บรูไน มาเก๊า และปากีสถาน รวมร้อยละ 2 ตามลำดับ

ในกลุ่มภูมิภาคยุโรป จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีถิ่นพำนักในประเทศ ฝรั่งเศส ร้อยละ 22 รองลงมาคือ อังกฤษ ร้อยละ 18 เยอรมัน ร้อยละ 10 อิตาลี ร้อยละ 8 สวีเดน ร้อยละ 7.5 สเปน ร้อยละ 7 ออสเตรีย ร้อยละ 4.5 นอร์เวย์ ร้อยละ 4.5 เบลเยี่ยม ร้อยละ 4 เดนมาร์ค ร้อยละ 3.5 ประเทศอื่นๆ เช่น ลิทัวเนีย ลัตเวีย สโลวาเกีย โมรอคโค ลักเซมเบิร์ก ยูเครน สาธารณรัฐเช็ก ร้อยละ 3.5 รัสเซีย ร้อยละ 3 เนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 2.5 ไอร์แลนด์ ร้อยละ 1 และสวิสเซอร์แลนด์ ร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย (รวมการเดินทางครั้งนี้)

จำนวนครั้ง	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ครั้งแรก	**196**	**49.0**
2-3 ครั้ง	149	37.3
4-5 ครั้ง	32	8.0
6 ครั้งขึ้นไป	23	5.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก ร้อยละ 49 รองลงมา เคยเดินทางมาประเทศไทย 2-3 ครั้ง ร้อยละ 37.3 เคยเดินทางมาประเทศไทย 4-5 ครั้ง ร้อยละ 8 และเคยเดินทางมาประเทศไทย 6 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 3 วัน	56	14.0
1 สัปดาห์	121	30.3
2 – 3 สัปดาห์	**143**	**35.8**
1 เดือน	37	9.3
มากกว่า 1 เดือน	43	10.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 8 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 2-3 สัปดาห์ ร้อยละ 35.8 รองลงมาใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.3 ใช้ระยะเวลา 1-3วัน ร้อยละ 14 ใช้ระยะเวลามากกว่า1เดือน ร้อยละ 10.8 และใช้ระยะเวลา 1 เดือน ร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อนในวันหยุด	**319**	**79.8**
เพื่อธุรกิจ/ประชุม	26	6.5
เพื่อการศึกษา	6	1.5
เพื่อเยี่ยมญาติ	30	7.5
เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ	19	4.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 9 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ร้อยละ 79.8 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติ ร้อยละ 7.5 เพื่อธุรกิจ/ประชุม ร้อยละ 6.5 เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เข้าร่วมเทศกาล ฮันนีมูน แวะเปลี่ยนเครื่อง เข้าค่าย ช็อปปิ้ง รวมร้อยละ 4.8 และเพื่อการศึกษา ร้อยละ1.5 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
คนเดียว	68	17.0
เพื่อน	**194**	**48.5**
ครอบครัว	119	29.8
อื่น ๆ	19	4.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยกับเพื่อน ร้อยละ 48.5 รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยกับครอบครัว ร้อยละ 29.8 เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 17 และอื่นๆ เช่น เดินทางมากับ คนรัก ลูกพี่ลูกน้อง หัวหน้างาน กรุ๊ปทัวร์ รวม ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (รวมการใช้บริการในครั้งนี้)

จำนวนครั้ง	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ครั้งแรก	**298**	**74.5**
2-3 ครั้ง	96	24.0
4-5 ครั้ง	6	1.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกเป็น ร้อยละ 74.5 รองลงมาเคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 24 และเคยใช้บริการ 4-5 ครั้ง ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามประเภทข้อมูลที่สอบถามที่ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสอบถาม	**ผู้ที่เลือกคำตอบ (คน)**	**ร้อยละ**
ข้อมูลการเดินทาง	**325**	**40.5**
เทศกาลและงานประเพณี	63	7.9
ร้านอาหาร	77	9.6
แหล่งท่องเที่ยว	169	21.1
ที่พัก	132	16.5
ข้อมูลอื่นๆ	36	4.5

จากตารางที่ 12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 21.1 ที่พัก ร้อยละ 16.5 ร้านอาหาร ร้อยละ 9.6 เทศกาลและงานประเพณี ร้อยละ 7.9 และ ข้อมูลอื่นๆ เช่น ช็อปปิ้ง บริษัททัวร์ รถโดยสารสาธารณะในกรุงเทพมหานคร สถานการณ์ประท้วง การใช้โทรศัพท์ในประเทศไทย สนามกอล์ฟ การเช่ารถ รวม ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความคาดหวัง นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

องค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคาดหวัง**
1. ด้านสถานที่	4.03	0.65	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.92	0.71	มาก
3. คุณภาพการบริการของบุคลากร	4.18	0.68	มาก
4.ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.08	0.68	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.08**	**0.60**	**มาก**

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังระดับมากต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมากในทุกด้าน ประกอบด้วยด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร($\bar{X}$=4.18) ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.08) ด้านสถานที่($\bar{X}$=4.03) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก($\bar{X}$=3.92)

ตารางที่ 14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสถานที่ ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านสถานที่	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคาดหวัง**
1. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย	4.07	0.81	มาก
2. มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	4.10	0.79	มาก
3. มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล	4.13	0.82	มาก
4. ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย	3.93	0.81	มาก
5. ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	3.97	0.82	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.03**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 14 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังระดับมากต่อด้านสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

หากพิจารณาในรายละเอียดด้านสถานที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมากในทุกเรื่อง ประกอบด้วย มีความสะอาดบริเวณศูนย์บริการข้อมูล($\bar{X}$ =4.13) มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว($\bar{X}$ =4.10) สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย($\bar{X}$ =4.07) ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ($\bar{X}$ =3.97) และศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย($\bar{X}$ =3.93)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคาดหวัง**
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษร-เบรลล์ เป็นต้น	3.94	0.89	มาก
2. มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี	3.86	1.01	มาก
3. มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว	3.87	0.89	มาก
4. มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ	4.11	0.83	มาก
5. มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.80	0.89	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.92	0.71	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังระดับมากต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

หากพิจารณาในรายละเอียดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมากในทุกเรื่อง ประกอบด้วย มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ($\bar{X}$=4.11) มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น($\bar{X}$=3.94) มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=3.87) มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี($\bar{X}$=3.86) และมีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น($\bar{X}$=3.80)

ตารางที่ 16 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคาดหวัง**
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน	4.18	0.80	มาก
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว	4.15	0.82	มาก
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ	4.16	0.83	มาก
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา	4.13	0.81	มาก
5. เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง	4.15	0.78	มาก
6. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน	4.17	0.84	มาก
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.19	0.81	มาก
8. เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.12	0.85	มาก
9. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก พาหนะในการเดินทาง เป็นต้น	**4.24**	**0.82**	**มากที่สุด**
10. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	**4.28**	**0.79**	**มากที่สุด**
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.18**	**0.68**	**มาก**

จากตารางที่ 16 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังระดับมากต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

หากพิจารณาในรายละเอียดด้านองค์ประกอบคุณภาพการบริการของบุคลากรพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมากที่สุดในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.28) เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.24) และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ($\bar{X}$=4.19) เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน ($\bar{X}$=4.18) เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน ($\bar{X}$=4.17) จำนวนเจ้าหน้าที่มี

ปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ($\bar{x}$=4.16) เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง($\bar{x}$ =4.15) มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา($\bar{x}$ =4.13) และเจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม($\bar{x}$ =4.12)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 17 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคาดหวัง**
1. ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ	4.21	0.76	มาก
2. มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เป็นต้น	4.13	0.80	มาก
3. มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว	4.13	0.86	มาก
4. มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย	4.06	0.89	มาก
5. เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร เทศกาลและงานประเพณี เพื่อการ-ท่องเที่ยว	4.08	0.81	มาก
6. ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา	4.07	0.84	มาก
7. ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ สวยงาม	4.02	0.82	มาก
8. เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง	4.08	0.80	มาก
9. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น	3.96	0.88	มาก
10. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.03	0.91	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.08**	**0.68**	**มาก**

จากตารางที่ 17 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังระดับมากต่อด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

หากพิจารณาในรายละเอียด ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมากในทุกเรื่อง ประกอบด้วย ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ ($\bar{X}$=4.21) มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วนและมีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$=4.13) เอกสารมีข้อมูลครบถ้วนและเอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง($\bar{X}$ =4.08) ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา($\bar{X}$=4.08) มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย($\bar{X}$=4.06) มีการ

ให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว($\bar{x}$ =4.03) ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบสวยงาม($\bar{x}$=4.02) และมีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว($\bar{x}$=3.96)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 18 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

องค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. ด้านสถานที่	4.09	0.68	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.97	0.70	มาก
3. คุณภาพการบริการของบุคลากร	**4.34**	**0.64**	**มากที่สุด**
4.ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.20	0.66	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.19**	**0.60**	**มาก**

จากตารางที่ 18 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

หากพิจารณาในรายละเอียด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร($\bar{X}$=4.34) และมีความพึงพอใจในระดับมากใน ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.20) ด้านสถานที่($\bar{X}$=4.09) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$=3.97)

ตารางที่ 19 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสถานที่ ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านสถานที่	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย	4.08	0.80	มาก
2. มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	4.07	0.80	มาก
3. มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล	4.16	0.82	มาก
4. ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย	4.05	0.87	มาก
5. ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	4.07	0.84	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.09**	**0.68**	**มาก**

จากตารางที่ 19 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากต่อด้านสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

หากพิจารณาในรายละเอียดด้านสถานที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกเรื่อง ประกอบด้วย มีความสะอาดบริเวณศูนย์บริการข้อมูล($\bar{X}$=4.16) สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย($\bar{X}$=4.08) มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว และขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ($\bar{X}$=4.07) และศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย ($\bar{X}$=4.05)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 20 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น	4.05	0.83	มาก
2. มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี	3.81	1.02	มาก
3. มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว	4.00	0.86	มาก
4. มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ	4.16	0.79	มาก
5. มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.84	0.96	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.97	0.70	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

หากพิจารณาในรายละเอียดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกเรื่อง ประกอบด้วย มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ($\bar{X}$=4.16) มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ($\bar{X}$=4.05) มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.00) มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น($\bar{X}$=3.84) และ มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี($\bar{X}$ =3.81)

ตารางที่ 21 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน	4.36	0.77	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว	4.28	0.82	มากที่สุด
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ	4.25	0.82	มากที่สุด
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา	4.33	0.79	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง	4.29	0.78	มากที่สุด
6. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน	4.34	0.80	มากที่สุด
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.37	0.75	มากที่สุด
8. เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.40	0.75	มากที่สุด
9. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก พาหนะในการเดินทาง เป็นต้น	4.37	0.73	มากที่สุด
10. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	4.42	0.74	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.34	0.65	มากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 21 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

หากพิจารณาในรายละเอียดองค์ประกอบด้านคุณภาพการบริการของบุคลากรพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกเรื่อง ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.42) เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม($\bar{X}$=4.40) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ และ เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.37) เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน($\bar{X}$=4.36) เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน ($\bar{X}$=4.34) มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา($\bar{X}$=4.33) เจ้าหน้าที่มีการบอก

ข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง($\bar{x}$ =4.29) เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว($\bar{x}$=4.28) และจำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ($\bar{x}$=4.25)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 22 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจน น่าสนใจ	4.28	0.75	มากที่สุด
2. มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เป็นต้น	4.30	0.73	มากที่สุด
3. มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว	4.25	0.77	มากที่สุด
4. มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย	4.24	0.81	มากที่สุด
5. เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร เทศกาลและงานประเพณี เพื่อการท่องเที่ยว	4.22	0.76	มาก
6. ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา	4.20	0.79	มาก
7. ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบสวยงาม	4.16	0.81	มาก
8. เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง	4.22	0.78	มาก
9. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น	4.05	0.91	มาก
10. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.13	0.91	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.20**	**0.66**	**มาก**

จากตารางที่ 22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากต่อด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน($\bar{X}$=4.30)

ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ($\bar{x}$ =4.28) มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =4.25) มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย($\bar{x}$ =4.24) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน และ เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง($\bar{x}$ =4.22) ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา($\bar{x}$ =4.20) ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ สวยงาม($\bar{x}$ =4.16) มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว($\bar{x}$ =4.13) และมีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น ($\bar{x}$ =4.05)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้วยการทดสอบค่าที แบบกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกัน (Paired sample t-test) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 23 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

องค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว	**ความคาดหวัง**		**ความพึงพอใจ**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. ด้านสถานที่	4.03	0.65	4.09	0.68	-1.510	0.132
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.92	0.71	3.97	0.70	-1.613	0.108
3. ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร	**4.18**	**0.68**	**4.34**	**0.65**	**-4.852**	**0.000***
4.ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	**4.08**	**0.68**	**4.20**	**0.66**	**-3.985**	**0.000***
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.08**	**0.60**	**4.19**	**0.60**	**-4.067**	**0.000***

*P < .05

จากตารางที่ 23 โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากพิจารณาในรายละเอียดตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว พบว่าด้านคุณภาพการบริการบุคคล และ ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในด้านสถานที่และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านสถานที่

ด้านสถานที่	**ความคาดหวัง**		**ความพึงพอใจ**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย	4.07	0.81	4.08	0.80	-0.309	0.757
2. มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	4.10	0.79	4.07	0.80	0.512	0.609
3. มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล	4.12	0.82	4.16	0.82	-0.734	0.463
4. ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัต-ลักษณ์ความเป็นไทย	**3.93**	**0.81**	**4.05**	**0.87**	**-2.569**	**0.011***
5. ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	**3.97**	**0.82**	**4.08**	**0.84**	**-2.549**	**0.011***
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.03**	**0.65**	**4.09**	**0.68**	**-1.510**	**0.132**

*P < .05

จากตารางที่ 24 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศ-ไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านสถานที่ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านสถานที่ พบว่า ในเรื่อง ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย และ ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในเรื่อง สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว และมีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	**ความคาดหวัง**		**ความพึงพอใจ**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น	**3.93**	**0.89**	**4.05**	**0.83**	**-2.654**	**0.008***
2. มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี	3.86	1.01	3.81	1.02	0.819	0.413
3. มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว	**3.87**	**0.89**	**4.00**	**0.86**	**-2.650**	**0.008***
4. มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ	4.11	0.83	4.16	0.79	-1.316	0.189
5. มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.79	0.89	3.84	0.96	-0.885	0.377
คะแนนเฉลี่ยรวม	**3.91**	**0.71**	**3.97**	**0.70**	**-1.613**	**0.108**

*P < .05

จากตารางที่ 25 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียด ตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ในเรื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ และ มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในเรื่อง การมีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ และมีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร	**ความคาดหวัง**		**ความพึงพอใจ**		T	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน	4.18	0.80	4.36	0.77	-4.251	0.000*
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว	4.15	0.82	4.28	0.82	-2.775	0.006*
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ	4.16	0.83	4.25	0.82	-2.060	0.040*
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา	4.13	0.81	4.33	0.79	-4.560	0.000*
5. เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง	4.15	0.78	4.29	0.78	-3.131	0.002*
6. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน	4.18	0.84	4.34	0.80	-3.825	0.000*
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.19	0.81	4.37	0.75	-4.156	0.000*
8. เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.12	0.85	4.40	0.75	-6.576	0.000*
9. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น	4.24	0.82	4.37	0.73	-3.344	0.001*
10. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	4.28	0.79	4.42	0.74	-3.667	0.000*
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.18	0.68	4.34	0.65	-4.852	0.000*

*P < .05

จากตารางที่ 26 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากพิจารณาในรายละเอียด ตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร พบว่า ในทุกเรื่องประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ มีเจ้าหน้าที่ประจำที่

ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก พาหนะในการเดินทาง เป็นต้น และ เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 27 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	**ความคาดหวัง**		**ความพึงพอใจ**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจน น่าสนใจ	4.21	0.76	4.28	0.75	-1.524	0.128
2. มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เป็นต้น	4.13	0.80	4.29	0.73	-3.946	0.000*
3. มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว	4.13	0.86	4.25	0.77	-2.584	0.010*
4. มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย	4.06	0.89	4.24	0.81	-4.198	0.000*
5. เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร เทศกาลและงานประเพณี เพื่อการท่องเที่ยว	4.08	0.81	4.22	0.76	-3.133	0.002*
6. ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา	4.07	0.84	4.20	0.79	-3.254	0.001*
7. ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ สวยงาม	4.02	0.82	4.16	0.81	-3.196	0.002*
8. เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง	4.07	0.80	4.22	0.78	-3.866	0.000*
9. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น	3.96	0.88	4.05	0.91	-1.890	0.059
10. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.04	0.91	4.13	0.91	-2.114	0.035*
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.08	0.68	4.20	0.66	-3.985	0.000*

*P < .05

จากตารางที่ 27 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากพิจารณาในรายละเอียด ตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่าในเรื่องมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว มีเอกสารแจก

ฟรีที่มีความหลากหลาย เอกสารมีข้อมูลครบถ้วนเพื่อการท่องเที่ยว ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบสวยงาม เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง และมีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในเรื่อง ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ และมีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้วยการทดสอบค่าที แบบกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 28 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

องค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว	**นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)**		**นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. ด้านสถานที่	4.00	0.64	4.07	0.65	-0.996	0.320
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.95	0.69	3.88	0.73	0.999	0.318
3. คุณภาพการบริการของบุคลากร	4.22	0.65	4.14	0.72	1.120	0.264
4.ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.12	0.67	4.03	0.69	1.315	0.189
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.10**	**0.58**	**4.04**	**0.62**	**0.939**	**0.348**

จากตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว พบว่าโดยรวมทั้ง4องค์ประกอบ ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการบุคคล และด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 29 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสถานที่ตั้ง

ด้านสถานที่ตั้ง	**นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)**		**นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย	4.03	0.75	4.10	0.86	-0.858	0.391
2. มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	4.03	0.77	4.16	0.81	-1.645	0.101
3. มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล	4.08	0.81	4.17	0.84	-1.087	0.278
4. ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย	3.94	0.79	3.91	0.84	0.369	0.713
5. ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	3.94	0.81	4.00	0.84	-0.730	0.466
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.00**	**0.64**	**4.07**	**0.65**	**-0.996**	**0.320**

จากตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสถานที่ พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดด้านสถานที่ ประกอบด้วย สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 30 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	**นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)**		**นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น	3.99	0.82	3.89	0.96	1.120	0.263
2. มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี	3.89	0.95	3.84	1.07	0.495	0.621
3. มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว	3.86	0.90	3.88	0.88	-0.176	0.860
4. มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ	4.12	0.78	4.09	0.87	0.363	0.717
5. มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น	**3.89**	**0.82**	**3.71**	**0.94**	**2.075**	**0.039***
คะแนนเฉลี่ยรวม	**3.95**	**0.69**	**3.88**	**0.73**	**0.999**	**0.318**

*P < .05

จากตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปจำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าในเรื่อง มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในเรื่องการมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์เป็นต้น การมีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี การมีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว การมีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ พบว่าไม่แตกต่างกัน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 31 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร	นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)		นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน	4.21	0.80	4.14	0.79	0.817	0.414
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว	4.23	0.77	4.08	0.87	1.891	0.059
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ	4.18	0.82	4.14	0.85	0.420	0.675
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา	4.18	0.77	4.08	0.85	1.353	0.177
5. เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง	4.16	0.74	4.14	0.83	0.127	0.899
6. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน	4.23	0.76	4.12	0.91	1.366	0.173
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.22	0.76	4.17	0.85	0.586	0.559
8. เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.15	0.80	4.09	0.90	0.703	0.482
9. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น	4.29	0.80	4.19	0.84	1.159	0.247
10. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	4.32	0.78	4.24	0.80	1.074	0.284
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.22	0.65	4.14	0.72	1.120	0.264

จากตารางที่ 31 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านคุณภาพการบริการของบุคคล พบว่าในทุกเรื่องประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 32 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)		นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจน น่าสนใจ	4.25	0.75	4.18	0.78	0.850	0.396
2. มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เป็นต้น	4.17	0.80	4.09	0.80	0.951	0.342
3. มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว	4.14	0.86	4.12	0.86	0.291	0.771
4. มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย	4.04	0.92	4.07	0.87	-0.343	0.732
5. เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร เทศกาลและงานประเพณี เพื่อการท่องเที่ยว	4.16	0.79	4.01	0.81	1.933	0.054
6. ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา	4.14	0.83	4.00	0.85	1.668	0.096
7. ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ สวยงาม	4.12	0.79	3.92	0.84	2.465	0.014*
8. เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง	4.08	0.79	4.07	0.81	0.125	0.901
9. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น	4.01	0.88	3.92	0.88	0.967	0.334
10. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.13	0.91	3.95	0.90	1.994	0.047*
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.12	0.67	4.03	0.69	1.315	0.189

*P < .05

จากตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่า ในเรื่องภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบสวยงาม และมีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนในเรื่อง ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่ง

ท่องเที่ยว มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย เอกสารมีข้อมูลครบถ้วนเพื่อการท่องเที่ยว ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้วยการทดสอบค่าที แบบกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 33 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

องค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว	**นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)**		**นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. ด้านสถานที่	4.05	0.75	4.12	0.61	-1.019	0.309
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.99	0.77	3.95	0.62	0.620	0.535
3. คุณภาพการบริการของบุคลากร	4.29	0.72	4.39	0.56	-1.465	0.144
4.ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.22	0.71	4.19	0.60	0.398	0.691
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.18**	**0.68**	**4.20**	**0.51**	**-0.447**	**0.655**

จากตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมทั้ง4องค์ประกอบ ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการบุคคล และ ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 34 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสถานที่

ด้านสถานที่	**นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)**		**นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)**		**t**	**P**
	$\bar{X}$	**S.D.**	$\bar{X}$	**S.D.**		
1. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย	4.05	0.82	4.12	0.77	-0.938	0.349
2. มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	4.00	0.86	4.15	0.74	-1.817	0.070
3. มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล	4.13	0.85	4.18	0.79	-0.631	0.529
4. ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย	4.09	0.90	4.01	0.84	0.862	0.389
5. ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	4.00	0.92	4.16	0.76	-1.904	0.058
คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.05**	**0.75**	**4.12**	**0.61**	**-1.019**	**0.309**

จากตารางที่ 34 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสถานที่ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านสถานที่ พบว่า ในทุกเรื่องประกอบด้วย สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 35 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)		นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น	4.05	0.84	4.06	0.82	-0.060	0.952
2. มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี	3.87	1.04	3.76	0.99	1.175	0.241
3. มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว	4.01	0.93	3.99	0.77	0.292	0.770
4. มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ	4.16	0.81	4.16	0.78	0.000	1.000
5. มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.88	0.99	3.79	0.94	0.908	0.364
คะแนนเฉลี่ยรวม	**3.99**	**0.77**	**3.95**	**0.62**	**0.620**	**0.535**

จากตารางที่ 35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ในทุกเรื่องประกอบด้วย มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี มีการให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกด้านการท่องเที่ยว มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ มีเครื่องช่วยชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น ไม่แตกต่างกัน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 36 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร	นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)		นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน	4.34	0.84	4.39	0.70	-0.582	0.561
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว	4.20	0.89	4.36	0.74	-1.897	0.059
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ	4.18	0.88	4.32	0.75	-1.772	0.077
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา	4.27	0.86	4.39	0.72	-1.476	0.141
5. เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง	4.28	0.83	4.29	0.72	-0.129	0.897
6. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน	4.32	0.82	4.37	0.77	-0.608	0.544
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.30	0.81	4.43	0.68	-1.729	0.085
8. เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.34	0.81	4.46	0.68	-1.538	0.125
9. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก พาหนะในการเดินทาง เป็นต้น	4.34	0.81	4.40	0.65	-0.885	0.377
10. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	4.37	0.81	4.48	0.67	-1.553	0.121
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.29	0.72	4.39	0.56	-1.465	0.144

จากตารางที่ 36 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตาม ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากรพบว่า ในทุกเรื่องประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็น

ประโยชน์ต่อการเดินทาง เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก พาหนะในการเดินทาง เป็นต้น และ เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 37 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเอเชีย (n=200)		นักท่องเที่ยวยุโรป (n=200)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจน น่าสนใจ	4.26	0.80	4.29	0.71	-0.332	0.740
2. มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เป็นต้น	4.30	0.77	4.29	0.69	0.136	0.892
3. มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.84	4.29	0.71	-1.100	0.272
4. มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย	4.22	0.86	4.27	0.77	-0.616	0.539
5. เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร เทศกาลและงานประเพณี เพื่อการท่องเที่ยว	4.24	0.83	4.20	0.70	0.523	0.601
6. ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา	4.24	0.85	4.16	0.72	1.019	0.309
7. ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ สวยงาม	4.21	0.82	4.11	0.79	1.240	0.216
8. เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง	4.21	0.84	4.24	0.72	-0.369	0.713
9. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น	4.10	0.90	4.00	0.93	1095	0.274
10. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.19	0.92	4.07	0.89	1.326	0.185
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.22	0.71	4.19	0.60	0.398	0.691

จากตารางที่ 37 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดตามด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่า ในทุกเรื่องประกอบด้วย ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย เอกสารมีข้อมูลครบถ้วนเพื่อ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การท่องเที่ยว ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบสวยงาม เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว และมีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อแนะนำและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

จากผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ เป็นข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการได้แสดงความคิดเห็นข้อแนะนำ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความคิดเห็นและข้อแนะนำมีจำนวนน้อย ผู้วิจัยจึงนำเสนอเป็นความถี่ของจำนวนคน ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ให้ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงคุณภาพ การบริการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นหมวดหมู่ตามองค์ประกอบในการประเมินระดับคุณภาพมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อแนะนำ	จำนวน(คน)
องค์ประกอบสถานที่ตั้ง	
1. ควรมีป้ายบ่งบอกอย่างชัดเจน	1
2. ควรมีป้ายบอกทางจากห้องโถงผู้โดยสารขาเข้าและขาออก	1
องค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวก	
1. ควรจะเพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์	1
2. ควรจะมีอินเตอร์เน็ต และ วายฟาย (Wi-Fi) ให้ใช้ฟรี	4
3. ควรปรับปรุงคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้เร็วกว่านี้	1
องค์ประกอบคุณภาพการบริการของบุคลากร	
1. เจ้าหน้าที่ควรมีการอธิบายแผนที่ให้ชัดเจนกว่านี้	1
2. เจ้าหน้าที่ควรเพิ่มความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษให้ได้ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น	3
องค์ประกอบการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	
1. ควรมีแผนที่จังหวัดต่างๆ มากกว่านี้ เช่น หัวหิน ภูเก็ต	3
2. ควรจะมีเอกสารภาษาอื่นๆ ด้วยนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาญี่ปุ่น	1
3. ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับการอาศัยอยู่ในประเทศไทยระยะยาว	1
4. ควรมีข้อมูลเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของแก่นักท่องเที่ยวด้วย	1

จากตารางที่ 38 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ให้ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสนอแนะให้มีบริการอินเตอร์เน็ต

และวายฟาย(Wi-Fi)ให้ใช้ฟรี รองลงมา เสนอแนะให้เจ้าหน้าที่ควรเพิ่มความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษให้ได้ถูกต้องชัดเจนมากยิ่งขึ้น และควรมีแผนที่จังหวัดต่างๆ มากกว่านี้ เช่น หัวหิน ภูเก็ต

ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ

ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิพบว่า นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจต่อการบริการในทุกด้าน, เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการใจดี ให้ความช่วยเหลืออย่างดี มีบุคลิกภาพที่ดี มีอัธยาศัยดีและให้บริการได้ตรงตามความต้องการและข้อมูลที่ให้ครบถ้วน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 3) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปต่อการให้บริการของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำนวน 400 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection Sampling Method) โดยเจาะจงเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และเคยใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 7 ส่วน โดยส่วนแรกผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ ส่วนที่ 7 ผลวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.5 มีช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 45.5 มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61 และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 32 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 1,000 - 2,000 USD ร้อยละ 32.8 นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักอยู่ในทวีปเอเชียนั้นส่วนใหญ่อยู่ในประเทศอินเดีย ร้อยละ 21 และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักอยู่ในทวีปยุโรป ส่วนใหญ่อยู่ในประเทศฝรั่งเศส ร้อยละ 22 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก ร้อยละ 49 มีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ 2-3 สัปดาห์ ร้อยละ 35.8 มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้เพื่อพักผ่อนในวันหยุดร้อยละ 79.8 เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยกับเพื่อน ร้อยละ 48.5 เพิ่งเคยมาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นครั้งแรก ร้อยละ 74.5 และสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการเดินทางเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 40.5

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังระดับมาก ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมากในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร($\bar{X}$=4.18) ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ($\bar{X}$=4.08) ด้านสถานที่($\bar{X}$=4.03) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก($\bar{X}$=3.92)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

หากพิจารณาในรายละเอียด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร($\bar{x}$=4.34) และมีความพึงพอใจในระดับมากใน ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว($\bar{x}$=4.20) ด้านสถานที่($\bar{x}$=4.09) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก($\bar{x}$=3.97)

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่าในด้านคุณภาพการบริการบุคคล และด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 แต่ในด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่าไม่แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่าไม่แตกต่างกัน

7. ผลวิเคราะห์ข้อมูลข้อแนะนำและความคิดเห็นต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

7.1 องค์ประกอบสถานที่ตั้ง ควรมีการจัดทำป้ายที่สามารถบ่งบอกว่าเป็นศูนย์บริการข้อมูลให้ชัดเจน และควรมีป้ายบอกทางจากห้องโถงผู้โดยสารขาเข้าและขาออก

7.2 องค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจะเพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์, ควรจะมีอินเตอร์เน็ต และ วายฟาย(Wi-Fi) ให้ใช้บริการฟรี และควรปรับปรุงคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้มีความเร็วเพิ่มขึ้น

7.3 องค์ประกอบคุณภาพการบริการของบุคลากร เจ้าหน้าที่ควรมีการอธิบายแผนที่ให้ชัดเจนกว่านี้ และเจ้าหน้าที่ควรเพิ่มความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษให้ได้ถูกต้องชัดเจนมากยิ่งขึ้น

7.4 องค์ประกอบการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ควรจำทำแผนที่จังหวัดต่างๆเพิ่มมากขึ้น, ควรจัดทำเอกสารภาษาอื่นๆด้วยนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ, ควรมีเอกสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับการอาศัยอยู่ในประเทศไทยระยะยาว และควรมีเอกสารหรือข้อมูลเรื่องข้อควรระวังเพื่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีประเด็นที่นำมาอภิปรายไว้ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 1,000 - 2,000 USDต่อเดือน มีภูมิลำเนาในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย อยู่ในประเทศอินเดียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าไทยของ เลิศพร ภาระสกุล (2555) ที่กล่าวว่าตลาดอินเดียกำลังมีการขยายตัวสูงอย่างมากทางด้านเศรษฐกิจ และมีปัจจัยสนับสนุนด้านการขยายเส้นทางสายการบินประจำและสายการบินต้นทุนต่ำไปยังเมืองหลักต่างๆของอินเดียซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 17.8 จากปี 2549 นักท่องเที่ยวอินเดียจึงเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และในกลุ่มภูมิภาคยุโรป ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในประเทศฝรั่งเศส ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมของคนฝรั่งเศสของเลิศพร ภาระสกุล (2555) ที่กล่าวว่าคนฝรั่งเศสมักพึ่งพาบุคคลอื่นเป็นแหล่งข้อมูล โดยพวกเขาเห็นว่าการถามบุคคลอื่นจะได้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมาและทันใจกว่า เมื่อเขาต้องการข้อมูลอะไรก็มักไปติดต่อเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานนั้นโดยตรง นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจึงใช้นิยมใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

2. ผลการวิจัยพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก และมีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2-3 สัปดาห์ มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้เพื่อพักผ่อนในวันหยุด และเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยกับเพื่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกซึ่งอาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทย

เป็นครั้งแรกจึงอาจเพิ่งเคยใช้บริการเป็นครั้งแรก และนักท่องเที่ยวสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่าในปัจจุบันการเดินทางย่อมต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อจะได้ประหยัดเวลาลดค่าใช้จ่าย อีกทั้งมีความสะดวกสบายและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการสอบถามข้อมูลจากศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยทำให้ทราบวิธีการเดินทางที่หลากหลาย และทราบสถานการณ์ต่างๆในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถที่จะเลือกการเดินทางได้ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิชาติ ติลกสกุลชัย (2554)ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความต้องการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด

3. ผลจากการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร($\bar{X}$=4.18) ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.08) ด้านสถานที่($\bar{X}$=4.03) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก($\bar{X}$=3.92)

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยพบว่ามีสูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากการบริการต้องอาศัยบุคคลเป็นหลัก ดังนั้นคุณภาพการให้บริการของบุคลากรจึงเป็นส่วนที่สำคัญมาก เปรียบเสมือนด่านหน้าในการต้อนรับและให้บริการต่างๆจึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยบุญศักดิ์ รามล (2553) พบว่าความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการ โดยรวมมีความต้องการด้านพนักงานให้บริการมากที่สุด และ ทัศตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์ (2554)ที่ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังในระดับมากในด้านบุคลากร ซึ่งหากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว($\bar{X}$=4.28) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย มักคาดหวังมิตรภาพที่ดีจากเจ้าบ้านเป็นสิ่งแรก อัธยาศัยที่ดีจากคนในประเทศที่เป็นเจ้าบ้าน จากการที่ได้พบปะพูดคุยกัน ดังนั้นการสอบถามข้อมูลท่องเที่ยวจากศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวย่อมคาดหวังการบริการที่แสดงความเต็มใจในการบริการ การยิ้มแย้มแจ่มใส การแสดงสีหน้า ท่าทาง คำพูดที่เป็นมิตร เพื่อให้เกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับ สมิต สัมฌุกร (2542) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี ไว้ว่า ควรมีอัธยาศัยดี ผู้ใช้บริการล้วนมีความคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยอันดี เป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อ

แรกพบกัน และ การมีมิตรไมตรี ความมีไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใด

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะข้อมูลท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์หลักของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากการให้บริการ เพื่อนำไปใช้ประกอบการพิจารณาในการตัดใจในการเดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับมาก หากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้พบว่าในเรื่อง ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจน น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการที่นักท่องเที่ยวมาติดต่อที่ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวโดยมากแล้วมักจะมีคำถามที่คิดมาล่วงหน้าแล้ว และอยากทราบข้อมูลต่างๆ ดังนั้นการได้รับข้อมูลที่มีความเข้าใจชัดเจนและน่าสนใจ จึงอาจตอบสนองตามความต้องการหลักของนักท่องเที่ยวที่มาติดต่อที่ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับสมิต สัมฌุกร (2542) ที่กล่าวเกี่ยวกับ ประเภทความคาดหวังของผู้รับบริการ ประกอบด้วย การให้หลักประกัน โดยผู้รับบริการคาดหวังว่าจะมีผู้ให้บริการที่มีความรู้ในเรื่องที่จะบริการอย่างแท้จริง สามารถสร้างความมั่นใจว่าเขาจะได้บริการที่มีคุณภาพและถูกต้องสมบูรณ์

ด้านสถานที่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้ พบว่าในเรื่อง ความสะอาดบริเวณศูนย์บริการข้อมูล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้เนื่องจากความสะอาดเป็นลักษณะกายภาพอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเห็นและรับรู้ได้ด้วยสายตาเป็นสิ่งแรก ความสะอาดถือว่ามีความสำคัญที่ทำให้บรรยากาศสภาพแวดล้อมดีขึ้น ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับ รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของการบริการที่สำคัญ ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึงสิ่งต่างๆที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า โดยจะครอบคลุมสิ่งต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคาร ความสะอาด การตกแต่ง อุปกรณ์ บรรยากาศ เป็นต้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้ พบว่าในเรื่อง การมีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เนื่องจาก แผ่นพับ เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการบริการให้ข้อมูล การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวและเข้าถึงข้อมูลมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สมิต สัมฌุกร (2542)ที่กล่าวเกี่ยวกับ ประเภทความคาดหวังของผู้รับบริการ ประกอบด้วย สิ่งที่เห็นได้ ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้เห็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่

จัดเตรียมไว้ว่ามีไว้เพียงพอแก่การให้ความสะดวกต่างๆมากเพียงพอแก่การที่จะให้บริการหรือมีวัสดุต่างๆ ที่จะเอื้ออำนวยความสะดวก

4. ผลจากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุดใน ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร ($\bar{x}$=4.34) และมีความพึงพอใจในระดับมากใน ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว($\bar{x}$=4.20) ด้านสถานที่($\bar{x}$=4.09) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก($\bar{x}$=3.97)

ด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว สิ่งที่นักท่องเที่ยวจะพบเป็นด่านแรก คือการบริการจากบุคลากร หากนักท่องเที่ยวประทับใจในการบริการก็ย่อมเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามีปัจจัยสำคัญ คือ ผู้ให้บริการ มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้กับลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากก่อนการให้บริการเจ้าหน้าที่จะมีการกล่าวทักทายก่อนการให้บริการและด้วยอุปนิสัยของคนไทยเป็นคนที่ยิ้มแย้มแจ่มใสซึ่งสอดคล้องกับศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ (2547) ได้สำรวจของพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยพึงพอใจมากที่สุด คือ ความมีมิตรไมตรีของคนไทย

ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก หากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้ พบว่าในเรื่อง มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง และเทศกาลประเพณี เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวมีการแจกหนังสือคู่มือประกอบการบริการ โดยจัดทำข้อมูลเป็นรายจังหวัด และเอกสารข้อมูลในแต่ละเล่มจะประกอบด้วยข้อมูล แผนที่ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง กิจกรรมงานประเพณี กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาในองค์ประกอบในการท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น 8 ประการ ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความไว้ คือ การคมนาคม ที่พัก ร้านอาหารภัตตาคาร บริการนำเที่ยว สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว สินค้าพื้นเมืองและร้านขายของที่ระลึก (กองวิชาการและฝึกอบรม, ม.ป.ป.) ซึ่งถือว่าภายในเอกสารมีข้อมูลท่องเที่ยวครบถ้วน

ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากทั้งนี้เพราะศูนย์บริการมีที่ตั้ง 2 จุดในสนามบิน โดยตั้งอยู่ที่ชั้น2 อาคารผู้โดยสารขาเข้าซึ่งเป็นชั้นที่ผู้โดยสารที่ลงเครื่องมาจะได้เจอ และมีทั้งบริเวณประตู10 ซึ่งเป็นทางออกของผู้โดยสารระหว่างประเทศและบริเวณประตู 3 ที่เป็นจุดนัดพบ(Meeting point) สะดวกในการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับจิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีปัจจัยสำคัญ คือ สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ หากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้พบว่าในเรื่องความสะอาดบริเวณศูนย์บริการข้อมูล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและความสะดวกในการให้บริการ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งหากพิจารณาค่าเฉลี่ยในด้านนี้พบว่าในเรื่อง มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งตรงกับระดับความคาดหวัง ทั้งนี้เนื่องจาก แผ่นพับ เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ เป็นอีกสิ่งหนึ่ง ที่เป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูล การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ให้บริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงข้อมูลมากยิ่งขึ้น

5. ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านคุณภาพการบริการบุคคล และด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งในด้านคุณภาพการบริการของบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับมาก และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง แสดงว่าการบริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ในด้านคุณภาพการบริการของบุคลากรนั้น เหนือความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวคิดไว้ ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง ว่าหากคุณภาพบริการที่ได้รับจริงมากกว่าความคาดหวังก่อนการใช้บริการหมายถึงลูกค้าเกิดความพอใจ ทั้งนี้เนื่องจากว่าคุณภาพการบริการของบุคคลากรเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชัดเจนที่สุดในให้บริการและเนื่องจากในการใช้บริการนักท่องเที่ยวต้องมีการสนทนากับบุคลากรเป็นส่วนใหญ่

และในด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก เพราะ

เป็นผลิตภัณฑ์หลักในการบริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการใช้บริการ หากเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง แสดงว่าการบริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ในด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว เหนือความคาดหวังที่นักท่องเที่ยววางไว้เช่นกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ศูนย์บริการท่องเที่ยวมีการแจกหนังสือคู่มือท่องเที่ยวแจกฟรี พร้อมกับมีการอธิบายข้อมูลเพิ่มเติม โดยคู่มือท่องเที่ยวจัดทำข้อมูลเป็นรายจังหวัด และเอกสารข้อมูลในแต่ละเล่ม จะประกอบด้วยข้อมูล แผนที่ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง กิจกรรมงานประเพณี กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นต้น และอาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวได้ข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อมูลที่นักท่องคาดหวังไว้

6. ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว พบว่าทั้ง4องค์ประกอบ ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการบุคคล และ ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวพบว่าไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2550) ที่กล่าวถึงปัจจัยเรื่องถิ่นพำนัก จะส่งผลถึงพฤติกรรมและความต้องการและความพึงพอใจแตกต่างกัน แต่งานวิจัย บุญศักดิ์ รามล (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการพบว่า ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการ ที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ อัศวิน แสงพิกุล (2552) ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยระบุว่าแรงจูงใจผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้ง ชาวเอเชียและยุโรปมีลักษณะคล้ายกันอาจเนื่องจากการเกิดวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวที่นอกจากวัฒนธรรมของแต่ละชาติ ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ อรจนา จันทรประยูร (2556) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีวัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นจากกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องในกระบวนการท่องเที่ยวที่ต่างไปจากพฤติกรรมปกติเมื่ออยู่ที่บ้านของตน เจ้าบ้านเองก็มีพฤติกรรมที่แตกต่างไปเมื่อให้บริการนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้รวมกันเป็นวัฒนธรรมที่เกิดใหม่ในแต่ละแหล่งในขณะท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่มาจากทั้งวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว และวัฒนธรรมของชาติตน ผสมผสานกัน ซึ่งอาจทำให้ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปไม่แตกต่างกัน เพราะนักท่องเที่ยวอาจมีรูปแบบการท่องเที่ยวในแบบเดียวกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยนำมาเปรียบเทียบแล้วมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05ซึ่งหากพิจารณาในรายละเอียดตามองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว พบว่า ในด้านคุณภาพการ

บริการบุคคล และ ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน หากจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด และการบริการเป็นตามความคาดหวังหรือเหนือความคาดหวังก็สามารถจะปรับปรุงแก้ไข บางเรื่องให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น โดยจากพึงพอใจในระดับมากก็จะเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจในระดับมากที่สุดย่อมได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยในเรื่องผู้มาใช้บริการที่พบว่าส่วนใหญ่ชาวเอเชียมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศอินเดีย จีน เกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่น ตามลำดับ และชาวยุโรป ส่วนใหญ่อยู่ในประเทศฝรั่งเศส อังกฤษ และ เยอรมัน ตามลำดับ ผู้วิจัยเห็นว่าศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ควรเพิ่มจัดทำเอกสารในภาษาดังกล่าวเฉพาะเพิ่ม และควรมีการอบรมเพิ่มความรู้ภาษาดังกล่าวให้กับเจ้าหน้าที่ หรือ จัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในภาษาดังกล่าวเพิ่มเติม

2. จากผลการวิจัยในเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สอบถามในเรื่องข้อมูลการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงข้อมูลดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีความทันสมัย

2.1 ในเรื่องการเดินทางควรมีเอกสารข้อมูล ตารางรถโดยสาร ตารางรถไฟ ตารางการ-บิน ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งเจ้าหน้าที่ควรสามารถที่จะตรวจสอบราคาค่าโดยสาร หรือตรวจสอบตั๋วโดยสารได้ และเจ้าหน้าที่ควรมีการติดตามข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาในช่วงที่มีสถานการณ์วิกฤต เช่น มีการประท้วงปิดถนน มีเหตุการณ์ทางภัยธรรมชาติ เป็นต้น เพื่อที่จะแนะนำเส้นทางเดินทางที่ปลอดภัยและสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2.2 ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ในเรื่องฤดูการท่องเที่ยว สถานการณ์ในปัจจุบัน สภาพความเป็นจริงของสถานที่ท่องเที่ยว อัตราค่าเข้าชม เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและเหมาะสม

2.3 ในเรื่องข้อมูลที่พัก ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงข้อมูลในส่วนนี้อย่างสม่ำเสมอเช่นกัน ในเรื่องของราคา สถานที่ตั้ง เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ และอาจมีการประสานงานหรือแนะนำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก สมาคมโรงแรมไทย ที่เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการจองที่พักในประเทศไทยซึ่งมีเคาน์เตอร์ให้บริการอยู่ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเช่นกัน

2.4 ในเรื่องข้อมูลอื่นๆที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสอบถามที่ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว คือ เรื่อง การช็อปปิ้ง บริษัททัวร์ รถโดยสารสาธารณะในกรุงเทพมหานคร สถานการณ์ประท้วง การใช้โทรศัพท์ในประเทศไทย สนามกอล์ฟ การเช่ารถ ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อมูลในส่วนนี้เพิ่มเติมในระบบ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้อมูล และเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวด้วย นอกจากนั้นอาจมีการจัดทำเอกสารในเรื่องดังกล่าวเพิ่มเติม

3. ด้านคุณภาพบริการของบุคลากร จากผลวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับมากและมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านคุณภาพการบริการของบุคคลากร ผู้วิจัยเห็นว่าควรรักษาประสิทธิภาพด้านคุณภาพบริการของบุคคลากรที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดให้อยู่ในระดับนี้ต่อไป และควรมีการจัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับเจ้าหน้าที่ เช่น จัดฝึกอบรมภาษาอื่นๆให้กับเจ้าหน้าที่ จัดอบรมเรื่องการบริการ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อรักษาคุณภาพบริการของบุคคลากร

4. ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว จากผลวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก แต่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยพบว่าในเรื่องความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยมากกว่าความคาดหวัง ผู้วิจัยเห็นว่าศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติมข้อมูลด้านข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว จากที่มีอยู่แล้วให้มีความทันสมัยและตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ โดยการปรับปรุงข้อมูลที่จัดเก็บในระบบของศูนย์บริการข้อมูล และปรับปรุงเอกสาร และควรเพิ่มข้อมูลเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มความพึงพอใจจากระดับมากเป็นมากที่สุด

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยในเรื่องการมีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์ และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากกว่าความพึงพอใจ ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจึงควรจัดให้มีอินเตอร์เน็ต และวายฟาย(Wi-Fi) ให้ใช้ฟรี เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

6. ด้านสถานที่ จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมากเหมือนกัน แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่อง มีป้ายแสดงชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว มากกว่าความพึงพอใจ ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการจัดทำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ให้เห็นชัดเจนตั้งแต่จุดลงเครื่องบิน และทำแผ่นพับเพิ่มเติมแสดงผังการเดินไปยังศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว เนื่องจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีขนาดใหญ่

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการจัดการพัฒนาศูนย์บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการในอนาคต และควรมีการจัดตั้ง

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวเพิ่มเติมในสถานที่อื่นๆ ในย่านที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่จำนวนมาก เช่น ถนนข้าวสาร ถนนสีลม ถนนสุขุมวิท เป็นต้น หรือในบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปได้ด้วยตนเองอย่างสะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงศูนย์บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทราบและรู้จักว่ามีให้บริเวณตรงจุดใดบ้างก่อนการมาใช้บริการ

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และตำรวจท่องเที่ยว ควรร่วมมือ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวให้เป็น One Stop Service โดยรวมการบริการต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น การให้ข้อมูลท่องเที่ยว การรับเรื่องร้องเรียน การให้ความช่วยเหลือต่างๆแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น สะดวกในการเดินทางและการติดต่อองค์กรทางราชการ หรือให้การบริการควรมีเชื่อมต่อประสานงานกับสมาคมโรงแรมไทยและสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาในศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวอื่นๆเพิ่มเติม เช่นที่ ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในจังหวัดต่างๆหรือทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแต่ละศูนย์บริการ ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้นำข้อมูลไปพัฒนาสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และข้อมูลท่องเที่ยว ให้ตรงตามความต้องการผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความต้องการข้อมูลท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการต่อการมาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว โดยศึกษาเจาะลึกในส่วนของความต้องการของข้อมูลท่องเที่ยวโดยเฉพาะเพียงอย่างเดียว เพื่อทำให้ทราบว่าทางศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวควรที่จะต้องจัดเตรียมข้อมูลใดบ้างเพื่อที่ทำให้ข้อมูลท่องเที่ยวตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

Baker, D. A., & Crompton, J. I. (2000). Quality satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*.

Choi, T. Y., & Chu, R. (2001). Determinants of Hotel guest's satisfaction and repeat patronage in Hongkong Hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*.

Fang, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation the case of a nature-based resort. Retrived from http://jvm.sagepub.com/content/14/1/41.abstract

Fluker, M. R., & Lindsay, W. T. (2000). Need Motivation and Expectations of Commercial Whitewater Rafting Experience. *Journal of Travel Research, 38*.

Intosh, M. (1986). *Tourism principle practices philosophies* (5 ed.). New York: John Wiles and Sons,Inc.

Jiang, H. (2013). *The Tourist Satisfaction Research of Service Quality of Cruise Ports A Case of Wusongkou Cruise Port in Shanghai China* (Master's Thesis), Shanghai University of Engineering and Science, China.

Koler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, planning, implementation and control* (9 ed.). New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Lovelock, C., & Wright, L. (2546). *Principles of Service Maketing and Management*. n.p.: Pearson Education Indochina.

Marita, S. (2011). *Customer Satisfaction in Internal Customer Service. Case: Abloy Oy Internal Customer Service.* (Master's Degree), Kemi-Tornio University Finland.

Mrutu, A. (2008). *Factors influencing customers' satisfaction in tourist hotels in Tanzania.* (Master's Thesis), The Open University of Tanzania, Tanzania.

Somero, M. (2012). *Helsinki City Tourist Information in the near future.* (Master's Degree), Haaga Helia university, Finland.

Spark, B., & Tideswell, C. (2003). *Service Marketing Issues in Tourism and Hospitality*. Sydney: Wiley.

Spineli, M., & Canavos, G. C. (2000). Investigation the Relationship Between Employee Satisfaction and Guest Satisfaction. *Journal of Cornell Hotel and Restaurant Administation Quarterly, 41*.

UNWTO. (2013). Info graphic International Tourist 2012. Retrieved from http://www2.unwto.org/

Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis* (3 ed.). New York: Harper and Row.

เพรามาตร หันตรา. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระบบการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

เลิศพร ภาระสกุล. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมการท่องเที่ยว. (2556). สถิตินักท่องเที่ยวประจำปี2555. Retrieved from http://61.19.236.137/tourism/th/home/tourism.php

กองวิชาการและฝึกอบรม, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). เกี่ยวกับททท. Retrieved from http://thai.tourismthailand.org/

งานบริการข่าวสาร, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,. (2556). ผลรายงานประจำปี2555งานบริการ *8* กรกฎาคม *2556* (Vol. 2555): การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดยูเคชั่น.

จุฑามาศ วิศาลสิงห์. (2556). มารู้จักนักท่องเที่ยวจากเอเชียและจากยุโรป. Retrieved from http://www.dasta.or.th/th/theory/1487-1487.html

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). เทคนิคการเขียนเค้าโครงการวิจัย. นนทบุรี: ไทเนรมิตอินเตอร์โปรเกรสซิฟ.

ฐปนี สุวรรณฉัตรชัย. (2542). การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ณัฐนรี สมิตร. (2554). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ทัศตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์. (2554). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ทัศนี ประสบกิตติคุณ. (2550). คุณสมบัติของผู้แปลเครื่องมือวิจัย. บทความวิชาการวารสารพยาบาลศาสตร์.

ท่าอากาศยานไทย. (2556). สถิตินักท่องเที่ยว. Retrieved from http://airportthai.co.th

นันทกา สวัสดิพานิช, & สุจิตรา เทียนสวัสดิ์. (2554). การแปลเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยข้ามวัฒนธรรม: เทคนิคและประเด็นที่ต้องพิจารณา. วารสารสภาการพยาบาล.

บุญเรียง ขจรศิลป์. (2539). วิธีวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: เฟริ์นข้าหลวง พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
บุญศักดิ์ รามล. (2553). ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จากัด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
ปราณี จั่นนพรัตน์. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อศูนย์ท่องเที่ยวอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
ภรรคพล อุตระทอง. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. . (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพมหานคร.
ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2537). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหารคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
วรรณวิมล จงจรวยสกุล. (2551). ความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล. นนทบุรี.
วรรณา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (2 ed.). กรุงเทพมหานคร: วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น.
วันทนา สุรชีวิน. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี*2541-2542* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2547). พลิกการตลาดเป็นพลัง *1*. กรุงเทพมหานคร: มาคีเทียร์.
วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมศาสตร์.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (5 ed.). ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,. (2547). ผลการสำรวจของพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกรุงเทพมหานคร Retrieved from http://research.bu.ac.th
สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (1 ed.). กรุงเทพมหานคร: ทำมาดี.
สมิต สัมฌุกร. (2542). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว, กรมการท่องเที่ยว. (2556). มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สิริวรรค์ อัศวกุล. (2528). ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานที่กำหนดของนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและต่ำ. (ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
สุกฤตา อนุกูลสาธุกิจ. (2551). ความคิดเห็นของผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่มีต่อการให้บริการเว็บไซต์ *www.tourismthailand.com* ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

สุพิชญา วงศ์วาสนาม. (2553). ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

อภิชาติ ติลกสกุลชัย. (2554). ความต้องการข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่อออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

อรจนา จันทรประยูร. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. Retrieved from http://onjanachantraprayoon.files.wordpress.com

อัศวิน แสงพิกุล. (2552). การวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพมหานคร.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1.รองศาสตราจารย์ดร.สุจิตรา สุคนธทรัพย์	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการส่งเสริมสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2.รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชานันทนาการและการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล	ผู้อำนวยการ ฝ่ายวางแผน กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ดร.นิพัทธ์ อึ้งปกรณ์แก้ว	กรรมการผู้จัดการบริษัท คลับอะคาเดเมีย จำกัด
5. อาจารย์มรกต บุญชัยศิริ	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๒๔
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วข)/๗๖๑ **วันที่** ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุคนธทรัพย์

สิ่งที่สิ่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ" (THE INTERNATIONAL TOURISTS'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๒๔
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๗๖๑ **วันที่** ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย

สิ่งที่สิ่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ" (THE INTERNATIONAL TOURISTS'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๘๙

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์มรกต บุญศิริชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ"(THE INTERNATIONAL TOURISTS'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๒๔
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๘๙

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ"(THE INTERNATIONAL TOURISTS'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๒๔
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๘๙

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.นิพัทธ์ อึ้งปกรณ์แก้ว

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ"(THE INTERNATIONAL TOURISTS'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๒๔
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ภาคผนวก ค
ภาพศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพถ่าย ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่บริเวณ ชั้น2 ประตู 3 หรือ จุดนัดพบ (Meeting Point) ถ่ายเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2557

ภาพถ่าย ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่บริเวณ ชั้น2 ประตู 10 บริเวณประตูทางออกผู้โดยสารขาเข้าระหว่างประเทศ ถ่ายเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2557

ภาคผนวก ง
เครื่องมือในการวิจัย
แบบสอบถามภาษาอังกฤษ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Questionnaire

THE INTERNATIONAL TOURIST'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE OF INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI AIRPORT

Instruction

1. This questionnaire is designed to be the data collection tool for the research purpose of a master student in Master of Science, Faculty of Sports Science, Department of Recreation and Tourism Management, Chulalongkorn University. Researcher will analyze your data for conclusion to support study of the international tourist's expectation and satisfaction towards service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport.
2. This questionnaire is divided into 4 parts as follows;
   - **Part 1** The General information of respondents
   - **Part 2** Tourism behaviors of respondents and Behavior of respondents in using the service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport
   - **Part 3** International tourist's expectation and satisfaction towards service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport
   - **Part 4** Recommendations of respondents for service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport
3. Researcher would like to request your kind support to provide true information for all questions because your response will be useful for further analysis. Researcher will present analysis findings based on overall data, no specific reference to any respondent.
4. Researcher highly appreciate your participation in this study

Ms. Chonthirot Sukhom
Master Degree, Management of Recreation and Tourism
Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Part 1 The General information of respondents

Instruction Please select the most suitable answer by marking ✓ in the box ☐ and fill in the blanks (please answer all questions)

1. Gender

☐ Male ☐ Female

2. Age……..years

☐ 18-20 years ☐ 21-30 years

☐ 31-40 years ☐ 41-50 years

☐ 51-60 years ☐ 60 years or older

3. Education level

☐ Lower than Bachelor Degree ☐ Bachelor Degree

☐ Master Degree ☐ Higher than Master Degree

4. Occupation

☐ Student ☐ Private officer

☐ Government/State enterprise officer ☐ Business owner

☐ Others (please specify).....

5. Monthly income

☐ Less 1,000 USD ☐ 1,000 -2,000 USD

☐ 2,001-3,000 USD ☐ 3,001-4,000 USD

☐ More than 4,000 USD

6. Region of residence

☐ Asia (please specify)..... ☐ Europe (please specify).....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Part 2 Tourism behaviors of respondents and Behavior of respondents in using the service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport.

Instruction Please select the most suitable answer by marking ✓ in the box ☐ and fill in the blanks (please answer all questions)

2.1 Tourism behavior

1. Have you ever visited Thailand?

☐ Yes.....times ☐ No

2. Duration of tourism in Thailand, approximately

☐ 1-3 days ☐ 1 week

☐ 2-3 weeks ☐ 1 month

☐ Longer 1 month

3.Purposes of tourism

☐ Relaxation/vacation ☐ Business/meeting

☐ Education ☐ Visiting friends/relatives

☐ Others (please specify) …….....

4. Persons who join your trip to Thailand

☐ Alone ☐ Friends

☐ Family ☐ Others (please specify)……..

2.2 Behavior in using the service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport

5. Have you ever used service of information center of Tourism Authority of Thailand?

☐ Yes.....times ☐ No

6. Information requested (you can choose more than 1 answer)

☐ Travelling information ☐ Festival and traditional fair

☐ Restaurant ☐ Tourism attraction

☐ Accommodation ☐ Others (please specify) ……

Part 3 International tourist's expectation and satisfaction towards service of information center's, Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport

<u>Instruction</u> Please specify <u>expectation/satisfaction</u> towards service of information center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport in 5 scale; Highest, High, Medium, Less, Least. Details of 5 scales are as follows;

- **If your expectation/satisfaction towards service of information center of Tourism Authority of Thailand is Highest, please mark ✓ in the box Highest.**
- **If your expectation/satisfaction towards service of information center of Tourism Authority of Thailand is High, please mark ✓ in the box High.**
- **If your expectation/satisfaction towards service of information center of Tourism Authority of Thailand is Medium, please mark ✓ in the box Medium.**
- **If your expectation/satisfaction towards service of information center of Tourism Authority of Thailand is Less, please mark ✓ in the box Less.**
- **If your expectation/satisfaction towards service of information center of Tourism Authority of Thailand is Least, please mark ✓ in the box Least.**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Attributes	Expectation					Satisfaction				
	Highest	High	Medium	Less	Least	Highest	High	Medium	Less	Least
Location of information center										
1.Location is conveniently accessible										
2.Clear signage of information center										
3.Cleanliness of information center										
4.Decoration of information center convey Thailand's identity										
5. Size of information center is suitable for service										
Facilities of information center										
1. Facilities or service support for handicapped people such as officer who can communicate by using finger language, braille document										
2. Free computer and internet service.										
3. Cooperation with external tourism organizations										
4. Availability of documents, journals, books about tourism										
5.Availability of safety and first aid kits										

Attributes	Expectation					Satisfaction				
	Highest	High	Medium	Less	Least	Highest	High	Medium	Less	Least
Service quality of personnel of tourism information center										
1. Personnel provide accurate and complete information										
2. Personnel are eager to provide information quickly										
3. Sufficient personnel to provide service										
4. Personnel in charge at information service all the time										
5. Personnel provide additional information that are useful for tourism										
6. Personnel can communicate in English correctly and fluently										
7. Personnel service with courtesy										
8. Personnel dress properly										
9. Personnel have knowledge about tourism, ability to suggest tourist attractions, accommodation, transportation										
10. Personnel service tourists with friendliness										

Attributes	Expectation					Satisfaction				
	Highest	High	Medium	Less	Least	Highest	High	Medium	Less	Least
Data of tourism information center										
1. Information is clear and interesting										
2. Complete tourism information such as tourist attractions, accommodation, restaurants, transportations, festivals, and traditional fairs.										
3. Variety of maps for tourist attractions										
4. Variety of free documents										
5. Complete information in documents in terms of tourist attractions, accommodation, restaurants, transportations, festivals, and traditional fairs.										
6. Proper size of document, portable										
7. Attractive pictures of tourist attraction in documents										
8. Sufficient documents for tourist										
9. Information service about Thai cultures for tourists such as Do's and Don'ts in Thailand										
10. Information service about safety of tourists										

Part 4 Opinion and Recommendations of respondents for service of information center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport

……

……

……

……

……

……

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก จ
เครื่องมือในการวิจัย
แบบสอบถามภาษาไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสอบถาม

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยของนิสิตปริญญาโท ตามหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งการให้ข้อมูลของท่านในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปประมวลผลและหาข้อสรุปเพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น4ตอนดังนี้

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตอนที่3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ

ตอนที่4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ได้โปรดพิจารณาตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นภาพรวมโดยไม่เจาะจงผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้

นางสาว ชลธิรศน์ สุขหอม
นิสิตบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่าง☐ตามความเป็นจริง และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

☐1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

☐1. 18-20 ปี ☐2. 20-30 ปี

☐3. 31-40 ปี ☐4. 41-50 ปี

☐5. 51 – 60 ปี ☐6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐1.ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐2. ปริญญาตรี

☐3.ปริญญาโท ☐4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

☐1.นักศึกษา ☐ 2.พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 3.ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

☐1. น้อยกว่า 1,000 USD ☐3. 1,000 -2,000 USD

☐2. 2,001-3,000 USD ☐4. 3,001-4,000 USD

☐5. มากกว่า 4,000 USD

6. ภูมิภาคของประเทศที่อยู่อาศัย

☐1.ทวีปเอเชีย(โปรดระบุ)..... ☐2. ทวีปยุโรป(โปรดระบุ).....

ตอนที่2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ลงใน☐ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

1. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อนหรือไม่

☐1. เคย.....ครั้ง ☐ 2. ไม่เคย

2.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยประมาณ

☐1. 1-3 วัน ☐ 2. 1 สัปดาห์

☐3. 2-3 สัปดาห์ ☐ 4. 1 เดือน

☐5. มากกว่า 1 เดือน

3.ท่านมีวัตถุประสงค์การเดินทางในครั้งนี้อย่างไร

☐1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ☐ 2. เพื่อธุรกิจ/ประชุม

☐3. เพื่อการศึกษา ☐ 4. เพื่อเยี่ยมญาติ

☐5. อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยกับใคร

☐1.คนเดียว ☐2. เพื่อน

☐3.ครอบครัว ☐4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5.ท่านเคยมาใช้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวมาก่อนหรือไม่

☐1.เคย.....ครั้ง ☐2. ไม่เคย

6. ประเภทข้อมูลที่สอบถาม(เลือกได้มากกว่า1ข้อ)

☐1. การเดินทาง ☐2. แหล่งท่องเที่ยว

☐3. เทศกาลและงาน ☐4. ที่พัก

☐5. ร้านอาหาร ☐6.อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

ตอนที่3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดพิจารณาว่าท่านมีความคาดหวัง/พึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิระดับใด ใน 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด รายละเอียดของการตอบแบบสอบถามมีดังนี้

ถ้าท่านมีความคาดหวัง/พึงพอใจต่อรายการใดในแต่ละองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ **มากที่สุด** ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ลงในช่องระดับความคาดหวัง/พึงพอใจมากที่สุด

ถ้าท่านมีความคาดหวัง/พึงพอใจต่อรายการใดในแต่ละองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ **มาก** ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ลงในช่องระดับความคาดหวัง/พึงพอใจ มาก

ถ้าท่านมีความคาดหวัง/พึงพอใจต่อรายการใดในแต่ละองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ **ปานกลาง** ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ลงในช่องระดับความคาดหวัง/พึงพอใจปานกลาง

ถ้าท่านมีความคาดหวัง/พึงพอใจต่อรายการใดในแต่ละองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ **น้อย** ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ลงในช่องระดับความคาดหวัง/พึงพอใจ น้อย

ถ้าท่านมีความคาดหวัง/พึงพอใจต่อรายการใดในแต่ละองค์ประกอบของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ **น้อยที่สุด** ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ลงในช่องระดับความคาดหวัง/พึงพอใจน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สถานที่ตั้ง										
1.สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบหาได้ง่าย										
2.มีป้ายบ่งบอกชัดเจนว่าเป็นศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว										
3.มีความสะอาดทั้งบริเวณศูนย์บริการข้อมูล										
4.ศูนย์บริการมีการตกแต่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย										
5.ขนาดของศูนย์บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ										
สิ่งอำนวยความสะดวก										
1.มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ใช้ภาษามือได้ มีเอกสารที่เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น										
2.มีบริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตให้บริการฟรี										
3. การให้บริการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกให้										
4.มีเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ										
5.มีเครื่องกู้ชีพและกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้น										

รายการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
คุณภาพการบริการของบุคลากร										
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลถูกต้องครบถ้วน										
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการข้อมูลด้วยความรวดเร็ว										
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ										
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา										
5. เจ้าหน้าที่มีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมจากคำถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง										
6.เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้องชัดเจน										
7.เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ										
8.เจ้าหน้าที่การแต่งกายสุภาพเหมาะสม										
9.เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น										
10. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว										

รายการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว										
1.ข้อมูลมีความเข้าใจชัดเจนน่าสนใจ										
2. มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เป็นต้น										
3. มีแผนที่หลากหลายรูปแบบสำหรับแหล่งท่องเที่ยว										
4. มีเอกสารแจกฟรีที่มีความหลากหลาย										
5. เอกสารมีข้อมูลครบถ้วน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เทศกาลและงานประเพณี เพื่อการท่องเที่ยว										
6. ขนาดรูปเล่มของเอกสารสะดวกสำหรับพกพา										
7. ภายในเอกสารมีภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ สวยงาม										
8. เอกสารมีจำนวนเพียงพอทั่วถึง										
9. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในประเทศไทย เป็นต้น										
10. มีการให้บริการข้อมูลเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว										

ส่วนที่4 ความคิดเห็นและข้อแนะนำของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ฉ
เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เลขที่หนังสือเข้า 00506
วันที่ 26 ก.พ. 57 เวลา 15.24 น.

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-8147

ที่ จว 86 /57 **วันที่** 13 กุมภาพันธ์ 2557

เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่านได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในการนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

1. โครงการวิจัยที่ 163.1/56 เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบสะพายเป้ (MARKETING MIX INFLUENCING THE DECISION MAKING OF BACKPACKER TOURISTS TO TRAVEL TO CULTURE TOURISM ATTRACTIONS IN BANGKOK METROPOLIS) **ของ นางสาวสุชาณัฐ วนิชปริญญากุล**

2. โครงการวิจัยที่ 187.1/56 เรื่อง ผลของการชมรายการโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (THE EFFECTS OF WATCHING TOURISM TELEVISION PROGRAM ON DECISION MAKING TO DOMESTICAL TRAVEL IN THAILAND) **ของ นางสาวอรนิภา ดิ้นยะเสน**

3. โครงการวิจัยที่ 188.1/56 เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ(THE INTERNATIONAL TOURIST'S EXPECTATION AND SATIFACTION TOWARD SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHROITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI AIRPORT) **ของ นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม**

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ
คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
27 ก.พ. 57

AF 01-12

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาคารสถาบัน 2 ชั้น 4 ซอยจุฬาลงกรณ์ 62 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: 0-2218-8147 โทรสาร: 0-2218-8147 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 020/2557

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 188.1/56 : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม

หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม.....
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปรีดา ทัศนประดิษฐ)
ประธาน

ลงนาม.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 7 กุมภาพันธ์ 2557 **วันหมดอายุ** : 6 กุมภาพันธ์ 2558

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

1) โครงการวิจัย
2) ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
3) ผู้วิจัย
4) แบบสอบถาม

เลขที่โครงการวิจัย 188.1/56
วันที่รับรอง - 7 ก.พ. 2557
วันหมดอายุ - 6 ก.พ. 2558

เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการผิดจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยฯ
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
*4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) **เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น***
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ

AF 04-07

Information of demographic research or research participants

Title of research project: THE INTERNATIONAL TOURIST EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARD SERVICE OF TOURIST INFORMATION CENTER'S, TOURISM AUTHORITY OF THAILAND AT SUVARNABHUMI AIRPORT

Name of researcher Miss Chonthirot Sukhom, position: Master student, Faculty of Sports Science, Chulalogkorn University

Address of researcher: 288 /141 Town Plus Suvarnabhumi Village, Moo. 14, Soi Kingkaew 37/4, Kingkaew Road, Tambon Rajathewa, Amphoe Bangpli, Samutprakarn Province 10540

House telephone No. 02- 1752641, Mobil telephone No. 083-1727785

E-mail: chontirot@hotmail.com

You are invited to participate in this research but before making decision, it is vital for you to understand the reason why this research is being conducted and its relevance, please take times to read the following information carefully, you can contact me directly for more information or any ambiguous information that you may find.

This project is relevant to expectation and satisfaction of international tourists to service providing by Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport

Objectives of this research are divided into 3 topics as follow:

1. To study expectation and satisfaction of international tourists to service proving by Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport.
2. To compare difference between expectation and satisfaction of international tourists to service proving by Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport.
3. To compare expectation and satisfaction between Asian tourists and European tourists to service proving by Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport.

Participant are international tourist who live Asia and Europe. *Totally 400 persons / tourists. Specific sampling method is use in this survey. 200 persons/tourists each from Asian and European countries who use services provided by the Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport will be selected. Which selection criteria of research participants are in the following:*

Selection Criteria:

1. *Age is must not less than 18 years.*
2. *Able to communicate in English.*
3. *Research participants must join voluntarily and be ready to provide cooperation in the research.*

Protocol No. 188.1 / 56

Date of Approval - 7 FEB 2014

Approval Expire Date - 6 FEB 2015

This survey will take 5-10 minutes of your time.

After research completion, all obtained information of research participants must be destroyed to protect privacy of research participants.

Researcher and research assistant shall explain objectives and reasons to join in this research to all participants, if any participant who is illegible or cannot write researcher and research assistant shall explain to participants themselves.

Screening research participants must be conducted by any mean, if it is found that such participant is not in selection criteria or any assistance / suggestion is required, researcher and research assistant shall advise service of Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand and make conversation to express hospitality, good care or suggest information about Thailand.

This research shall not render any danger or risk that involved with physical, mental, social, economy or even believe of research participants.

Advantage of this research, researcher shall be aware of the level of expectation and satisfaction of international tourists to service provided by Tourist Information Center of Tourism Authority of Thailand at Suvarnabhumi Airport as well as presenting research results to Tourism Authority of Thailand to be used as information for consideration to find improving guidelines in service providing of Information Center and to provide service that reached expectation of international tourists as well as rendering impression among foreign tourists who use such service that reached their satisfaction.

Participation in this research depends on your volunteering, you can refuse or withdraw from this research any time without providing reasons and without loss any benefit.

Your personal information shall be kept confidential, research presentation is conduct in general aspect and there is no personal data appeared in the report.

After filling in questionnaire, a souvenir shall be given to research participants as token of appreciation for his/ her time.

If you are treated differently from information mentioned above, you may claim against at Human Research Ethics Committee, Interdisciplinary Group Institute Series 1, Chulalongkorn University, 4th Floor, Institute 2 Building, Soi Chulalong 62, Phayathai Road, Khet Pathumwan, Bangkok 10330, Telephone No. 02--2218-8147 or 0-2218-8141, Facsimile 0-2218-8147, E-mail: eccu@chula.ac.th"

Protocol No. 188.1/56

Date of Approval -7 FEB 2014

Approval Expire Date -6 FEB 2015

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวชลธิรศน์ สุขหอม เกิดวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2530 ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปีการศึกษา 2552 เข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ สถาบันภาษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2554 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2555 ปัจจุบันเป็นเจ้าหน้าที่ให้บริการข่าวสาร งานบริการข่าวสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University