

การประเมินการจัดการคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

สิทธิ์ อีรสรณ์¹

บทคัดย่อ

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เสนอโมเดลคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการและลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพบริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ คุณภาพด้านคมนาคม คุณภาพด้านที่พัก และคุณภาพด้านสถานที่ทางกีฬา คุณภาพบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬารับรู้มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้บริหารสถานที่ท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนางานบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

¹รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่อยู่: 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900.
Email: fsssid@ku.ac.th

²อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่อยู่: 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900.
Email: fsssid@ku.ac.th

³อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่อยู่: 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900.
Email: fsssid@ku.ac.th



An Evaluation of Service Quality Management of Sport Tourism Industry in Thailand

Sid Terason¹

Abstract

This research aimed to propose a model for enhancement of service quality of sport tourism industry in Thailand. Data were collected from a sample survey of 400 sport tourism business entrepreneurs and clients. A multi-stage sampling was used. Descriptive and regression analytical techniques were employed for data analysis. Three primary dimensions in service quality were identified in sport tourism context: transportation quality, accommodation quality and venue quality. Perceived sport tourism quality effected tourist satisfaction. The management in tourism could apply the findings in delivering services with a view to boost customer satisfaction.

Key words: Service quality, sport tourism

¹Assoc. Prof. Faculty of Sports Science, Kasetsart University
Address: University, 2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok 10900.
E-mail: fsssid@ku.ac.th

²Lecturer. Faculty of Sports Science, Kasetsart University
Address: University, 2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok 10900.
E-mail: fsssid@ku.ac.th

³Lecturer. Faculty of Sports Science, Kasetsart University
Address: University, 2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok 10900.
E-mail: fsssid@ku.ac.th

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นส่วนหนึ่งของ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ในการพัฒนาของการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย โดยคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติ ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2547-2549) โดยมีเป้าหมายที่จะ วางรากฐานของประเทศไทยให้เป็น “เมืองหลวง แห่งการท่องเที่ยว” ในเอเชียภายใน 3 ปี โดย ยุทธศาสตร์นี้เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

ในบรรดากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็น กิจกรรม 1 ใน 13 กิจกรรมที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวและการกีฬา กลุ่มผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เชิงกีฬาได้ถูกกำหนดให้อยู่ในกลุ่ม 4 ซึ่งเป็นการ ท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะด้าน กิจกรรมการ ท่องเที่ยวและการกีฬาเป็นกิจกรรมนันทนาการที่ สามารถบูรณาการกันได้ดีเป็นอย่างดี เพราะต่างมี จุดมุ่งหมายในการสร้างความสุขในชีวิต เป็นการ ผ่อนคลายความตึงเครียด ทำให้ชีวิตเราสมบูรณ์ ยิ่งขึ้น การบูรณาการกิจกรรมการท่องเที่ยวและ กีฬาในประเทศไทยเป็นแนวคิดที่ทันสมัย เป็น รูปแบบการบริหารราชการแผ่นดินที่นำกิจกรรม การท่องเที่ยวและการกีฬามายู่ด้วยกัน

ในหลายโอกาส เราพบว่า กิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมการกีฬายังดำเนินไปใน ลักษณะไม่ประสานงานกัน ยังมีการบูรณาการกัน ไม่มากนัก ต่างฝ่ายต่างจัดกิจกรรมตามที่ได้รับผิดชอบเดิมเป็นสำคัญ มีไม่มากนักที่ได้มีการ ผสมผสานการท่องเที่ยวกับกีฬา ให้ดำเนินการไปด้วยกันในลักษณะส่งเสริมและเอื้อกันภายใต้กรอบ แนวคิดการผสมผสานเป็นเนื้อเดียวกัน ที่เติมเต็ม ให้แก่กันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศไทยมีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว มีความ ได้เปรียบในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว(ค่าใช้จ่าย ถูก) ในขณะเดียวกันจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบัน

ประเทศไทยประสบความสำเร็จด้านกีฬา (เช่น การแข่งขันโอลิมปิก) และการได้รับคัดเลือกเป็น เจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศหลาย รายการ เช่น การแข่งขันเทนนิสไทยแลนด์โอเพน ในเดือนกันยายน 2547 การแข่งขันยกน้ำหนัก เยาวชนหญิงชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ณ จังหวัด เชียงใหม่ ในเดือนตุลาคม 2547 และการแข่งขัน ฟุตบอลหญิงอายุไม่เกิน 19 ปีชิงแชมป์โลก ใน เดือนพฤศจิกายน 2547 ณ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกิจกรรมกีฬารายการดังกล่าวเป็นรายการสำคัญระดับทวีปและ ระดับโลก ที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทย

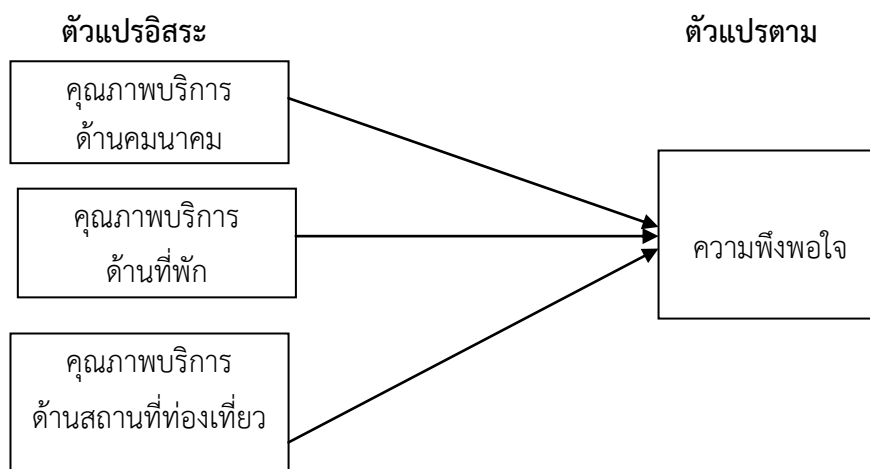
คุณภาพบริการเป็นตัวแปรที่เกิดขึ้นจาก เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตในโรงงานที่ นักวิชาการเริ่มศึกษาการผลิตสินค้าในทศวรรษที่ 20 เมื่อโรงงานต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับการ ตรวจสอบคุณภาพของกระบวนการผลิต (Kandampully, 1998) คุณภาพบริการถือว่า เป็น ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในมิติต่าง ๆ ของการบริการ กับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อ บริการนั้น (MacKay & Crompton, 1988) คุณภาพบริการได้ถูกนำไปเชื่อมโยงกับผลลัพธ์ หลายเรื่อง เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า (Ko & Pastore, 2004) ความจงรักภักดีของลูกค้า (Kandampully, 1998) ค่านิยม และความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ

วิธีหนึ่งที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ คือ การหาว่าสิ่งที่เรามองว่าเป็นคุณภาพบริการ (Chelladurai & Chang, 2000) มิติของคุณภาพ บริการ (Brady & Cronin, 2001; Lehtinen & Lehtinen, 1991; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) คุณภาพในมิติที่สัมพันธ์กับบริการ อาจเป็นส่วนหนึ่งของประโยชน์ที่ได้รับจากสิ่งนั้น ซึ่งอาจนิยามได้ว่าเป็นคุณลักษณะที่จับต้องได้และ จับต้องไม่ได้ที่ลูกค้ามองเห็น จ่ายเงินเพื่อให้ได้มา ใช้หรือประสบ (Collier, 1994) ซึ่งในแง่นี้ การ บริการมองได้ว่ามีหลายมิติ เช่น แบบจำลองสอง มิติของ Grönroos (1984) ซึ่งประกอบด้วย

คุณภาพด้านเทคนิคและคุณภาพด้านการใช้งาน ส่วน Lehtinen และ Lehtinen (1983, 1991) ได้รวมคุณภาพด้านกระบวนการและคุณภาพด้านผลลัพธ์ Lehtinen และ Lehtinen (1991) ยังเสนอแบบจำลองสามมิติ ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพทางกายภาพ คุณภาพทางปฏิสัมพันธ์ และคุณภาพด้านองค์กร แบบจำลอง SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml, และ Berry (1985) มี 5 มิติ เช่น การจับต้องได้ ความเชื่อมั่น การตอบสนอง การสร้างความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ

Rust และ Oliver (1994) เสนอแบบจำลองคุณภาพบริการที่มี 3 มิติ ซึ่งเช่นผลิตภัณฑ์ที่เป็นบริการ การส่งมอบการบริการ และสภาพแวดล้อมการบริการ Dabholkar, Thorpe, และ Rentz (1996) เสนอแบบจำลองในเรื่องเดียวกันนี้แบบสามมิติ ซึ่งประกอบด้วยด้านกายภาพ ความเชื่อมั่น และปฏิสัมพันธ์ส่วนตัว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐาน

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (tourist) หรือ 2) นักเดินทาง (traveler) นักท่องเที่ยวคือบุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง

งานวิจัยเรื่องนี้มุ่งทดสอบสมมติฐาน ที่ได้เสนอคุณภาพบริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีมิติย่อย 3 มิติ ได้แก่ คุณภาพด้านคมนาคม คุณภาพด้านที่พัก และคุณภาพด้านสถานที่ทางกีฬา และคุณภาพบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬารับรู้มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาความพึงพอใจในบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และปัจจัยเรื่องคุณภาพบริการด้านคมนาคม คุณภาพบริการด้านที่พัก และคุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมุติฐานการวิจัย

ความพึงพอใจในบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยเป็นฟังก์ชันของคุณภาพบริการด้านคมนาคม คุณภาพบริการด้านที่พัก และคุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยว

นิยามเชิงปฏิบัติการ

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเรื่องคุณภาพบริการด้านคมนาคม คุณภาพบริการด้านที่พัก และคุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งวัดจากแบบสอบถามแบบประเมินค่าที่มี 5 ระดับ

วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการและลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจำนวน 400 คน โดยวิธีการเลือกแบบหลายขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้บริการในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ งานวิจัยนี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณควบคู่กัน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพก็จะมุ่งที่คำตอบในแบบสอบถามที่ให้ตอบเป็นข้อความส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะมุ่งที่ความพึงพอใจจากการใช้

เครื่องมือที่ใช้

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือจนมั่นใจว่ามีคุณภาพ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสืบค้นข้อมูลทฤษฎี ซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้วางแผนการประเมินคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย อีกทั้งยังค้นหาข้อมูลจากองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว

และกีฬา สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ฯลฯ

วิธีการรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามกีฬา สนามกอล์ฟ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในจังหวัดที่ค่อนข้างมีความโดดเด่นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น กาญจนบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต

ผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์และตัวแปรที่ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเทคนิคการถดถอย

ผลการวิจัย

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน คนส่วนใหญ่จะไปชมกีฬาเป็นหลัก 145 คน (36.3%) ผู้ที่ไปเล่นกีฬาเป็นหลัก 128 คน (32.0%) และผู้ที่ไปชมสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเป็นหลัก 127 คน (31.8%)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาปีละ 2-3 ครั้งมีจำนวน 97 คน (24.3%) ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาปีละ 4-6 ครั้งมีจำนวน 111 คน (27.8%) ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาปีละ 7-10 ครั้งมีจำนวน 103 คน (25.8%) และผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาปีละ 11 ครั้งขึ้นไปมีจำนวน 89 คน (22.3%)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นกลุ่มมีจำนวน 125 คน (31.3%) ผู้ที่ส่วนใหญ่จะเดินทางคนเดียวมีจำนวน 142 คน (35.5%) และผู้ที่ไม่กำหนดจำนวนผู้ร่วมเดินทางมีจำนวน 133 คน (33.3%)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคเหนือมีจำนวน 53 คน (13.3%) ผู้ที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคกลางมีจำนวน 57 คน (14.3%) ผู้ที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคตะวันตกมี

จำนวน 72 คน (18.0%) ผู้ที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคอีสานมีจำนวน 81 คน (20.3%) ผู้ที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคตะวันออกมีจำนวน 71 คน (17.8%) ผู้ที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคใต้มีจำนวน 66 คน (16.5%)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินคุณภาพบริการด้านการคมนาคมสูงสุด รองลงมา คือ คุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา คุณภาพบริการด้านที่พักได้รับการประเมินในระดับต่ำสุด

ในด้านการคมนาคม เดินทางมาถึงที่ตั้งหรือจังหวัดที่สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬานั้นตั้งอยู่ได้โดยสะดวก ระยะทางระหว่างที่พักกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาไม่ไกลเกินไป เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาได้หลายวิธี มีขนส่งมวลชนรองรับอย่างเพียงพอ มีระบบการคมนาคมขนส่งพร้อม ระหว่างเส้นทางมีป้ายบอกทางชัดเจน

ในด้านที่พัก พนักงานในที่พัก เช่น พนักงานต้อนรับ แม่บ้านทำความสะอาด เจ้าหน้าที่จองห้องพัก ฯลฯ สุภาพ ให้ความช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวด้วยความยินดีและรวดเร็ว สถานที่พักมีการตกแต่งภายใน เสียย กลิ่น อุณหภูมิบรรยากาศภายในและมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลเกินไป ตั้งอยู่กลางเมือง เดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวกับที่พักได้สะดวก มีขนส่งมวลชนหลายประเภทไว้รับส่ง ที่จอดรถเพียงพอสำหรับแขกที่มาพัก

ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา พนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เช่น คนขายของที่ระลึก คนขายขนมหรืออาหารว่าง ฯลฯ ให้บริการอย่างดี มีมารยาท บริเวณต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม ที่นั่งชมกีฬาหรืออัมพรรยนั่งสบาย ระบบขยายเสียงมีคุณภาพ ได้ยินชัดเจน ลานจอดรถกว้างขวาง เพียงพอ ป้ายบอกทางชัดเจน

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ชายมีความพึงพอใจมากกว่าหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ที่มีอายุ 18-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 ขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 - 50,000 บาทมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ในบรรดาผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ผู้ที่เดินทางปีละ 2-3 ครั้ง ผู้ที่เดินทางปีละ 11 ครั้งขึ้นไป รองลงมา คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาปีละ 4-6 ครั้ง ส่วนผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาปีละ 7-10 ครั้งมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาคนเดียวมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ที่เดินทางเป็นกลุ่ม ส่วนผู้ที่เดินทางเป็นกลุ่มบ้าง คนเดียวบ้างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาในภาคตะวันออก ผู้ที่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวในภาคเหนือ มีจำนวนมากเป็นที 2 อันดับถัดมา เป็นผู้ที่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันตกและภาคใต้ ส่วนผู้ที่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวในภาคกลางและภาคอีสานมีจำนวนน้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการถดถอยแบบ simultaneous เพื่อให้ทราบว่าคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ รวมตัวกันเชิงเส้นแบบใดสามารถทำนายความพึงพอใจได้ดีที่สุด

อันดับแรก ผู้วิจัยตรวจสอบ multicollinearity โดยวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการด้านต่าง ๆ (ตัวแปรอิสระ) ผลการวิเคราะห์พบว่าคุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกีฬา ($M = 4.02$, $SD = 0.03$) มีความสัมพันธ์แบบบวกกับคุณภาพบริการด้านที่พัก ($M = 4.57$, $SD = 0.36$) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับคุณภาพบริการด้านคมนาคมมีนัยสำคัญ ($r = .43$, $p < .001$) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับคุณภาพบริการด้านที่พักมีนัยสำคัญ ($r =$

$.93$, $p < .001$) และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับคุณภาพบริการด้านสถานที่ก็มีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน ($r = .79$, $p < .001$) นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระไม่มีสหสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามที่แสดงในตารางที่ 1 ซึ่งแสดงสถิติพรรณนาและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพบริการด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์สำหรับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ

ตัวแปร	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3
ความพึงพอใจ	4.14	0.80	.43*	.93*	.79*
ตัวแปรอิสระ					
1. คมนาคม	4.41	0.36	-	-	-
2. ที่พัก	4.57	0.36	.33	-	-
3. สถานที่	4.02	0.03	.43	.63	--

* $p < .05$.

โมเดลการทำนายมีนัยสำคัญ ($F(3, 396) = 81.99$, $p < .001$) กล่าวคือ คุณภาพบริการด้านต่าง ๆ สามารถทำนายความพึงพอใจได้อย่างมีนัยสำคัญ ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายเชิงพหุที่ปรับแล้ว เท่ากับ .38 หมายความว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนที่เกิดในความพึงพอใจได้ 38% ซึ่งถือว่ามีความดีทึบในระดับมาก เมื่อพิจารณาคุณภาพบริการแต่ละด้านโดยดูที่น้ำหนักบีตา (beta weight) ก็พบว่าคุณภาพบริการด้าน

สถานที่ท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญได้มากที่สุด ($\beta = .58$, $t(399) = 14.121$, $p < .001$) รองลงมา คือ คุณภาพบริการด้านคมนาคม ($\beta = .23$, $t(399) = 5.745$, $p < .001$) ส่วนคุณภาพบริการด้านที่พักไม่สามารถทำนายความพึงพอใจได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ตัวแปรอิสระ	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
คุณภาพด้านคมนาคม	.512	1.23	.228	5.745	< .001
คุณภาพด้านที่พัก	.059	1.03	.33	9.024	< .001
คุณภาพด้านสถานที่	.909	1.26	.58	14.121	< .001

$R^2 = .36$, Adjust $R^2 = .35$

สมการการถดถอยแบบคะแนนดิบ คือ “ความพึงพอใจ = $-2.09 + (.512)(\text{คุณภาพบริการด้านคมนาคม}) + (.059)(\text{คุณภาพบริการด้านที่พัก}) + (.909)(\text{คุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยว})$ ”

หมายความว่าเมื่อคุณภาพบริการด้านคมนาคมเพิ่ม 1 หน่วย ในขณะที่คุณภาพด้านอื่นถูกควบคุมทางสถิติ ความพึงพอใจจะเพิ่ม .512 เมื่อคุณภาพบริการด้านที่พักเพิ่ม 1 หน่วย ในขณะที่คุณภาพด้านอื่นถูกควบคุมทางสถิติ ความพึงพอใจจะเพิ่ม .059 เมื่อคุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่ม 1 หน่วย ในขณะที่คุณภาพด้านอื่นถูกควบคุมทางสถิติ ความพึงพอใจจะเพิ่ม .909

ส่วนสมการการทำนายแบบคะแนนมาตรฐาน คือ “ความพึงพอใจ = $(.228)(\text{คุณภาพบริการด้านคมนาคม}) + (.033)(\text{คุณภาพบริการด้านที่พัก}) + (.58)(\text{คุณภาพบริการด้านสถานที่ท่องเที่ยว})$ ”

หมายความว่าคุณภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงสุดต่อความพึงพอใจ ส่วนคุณภาพด้านการคมนาคม และคุณภาพด้านที่พักมีอิทธิพลรองลงมาตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

โมเดลที่ได้จากงานวิจัยเรื่องนี้แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถทำนายได้จากคุณภาพบริการด้านคมนาคม ด้านที่พัก และด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางกีฬา งานวิจัยเรื่องศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวม ไม่ได้เจาะจงว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแง่ใด ซึ่งอาจเป็นไปได้หลายกรณี เช่น การเดินทางไปชมสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา การเดินทางไปแข่งขันกีฬา การเดินทางไปเชียร์กีฬา ฯลฯ ผลการวิจัยที่ได้จึงมีลักษณะเป็นภาพกว้าง ๆ ของอุตสาหกรรมประเภทนี้ทั้งหมด

ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอาจต้องทำให้เกิดคุณภาพในการบริการ

เพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกิดความพึงพอใจสูงตามที่ Cronin และ Taylor (1992) ได้ชี้ไว้ว่า ผู้บริโภคอาจได้รับความพึงพอใจสูงขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสะดวก ราคาหรือการมีสินค้าอยู่

ผู้วิจัยอาจศึกษาในระดับลึกขึ้นโดยมองที่ความสัมพันธ์แบบส่งผ่าน (mediating relationship) ระหว่างคุณภาพบริการกับการกลับมาใช้บริการ โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน คุณภาพบริการมีผลทางตรงต่อการกลับมาใช้บริการและมีผลทางอ้อมโดยผ่านความพึงพอใจในคุณภาพบริการนี้ ดังเช่นมีผู้ศึกษาการส่งผ่านแบบบางส่วน (partial mediation) (Bitner, 1990; Bolton & Drew, 1991)

การใช้โมเดลนี้ในทางทฤษฎีและทางปฏิบัติขึ้นอยู่กับการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อยืนยันความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของโมเดลและตัวแปร การสัมภาษณ์แบบกลุ่มโฟกัสทำให้โมเดลมีความแม่นยำยิ่งขึ้น กล่าวคือ มีมิตีย่อยมากขึ้น ได้ข้อคำถามสำหรับการวิจัยในอนาคตมากขึ้น

การสร้างมาตรวัดและมาตรวัดย่อยโดยการปรับเปลี่ยนจากมาตรวัดที่มีอยู่เดิม ซึ่งจะต้องนำมาทดสอบทางจิตวิทยาโดยวิธีวิเคราะห์ปัจจัยแบบยืนยัน และการประมาณค่าความเชื่อมั่น และประเมินโมเดลทุกส่วนโดยใช้วิธีสมการโครงสร้าง

การศึกษาทฤษฎีที่ขัดแย้งบางทฤษฎีจะทำให้เราเข้าใจความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวในสถานที่ที่เคยไป เช่น ทฤษฎีพฤติกรรมที่วางแผนของ Ajzen (1985) ที่ถูกนำมาใช้กับกิจกรรมนันทนาการ (Ajzen & Driver, 1992) ซึ่งกล่าวว่าคนเราทำอะไรตามความตั้งใจของตนและการรับรู้ในเรื่องการควบคุมพฤติกรรมของตน

ข้อเสนอแนะ

ในอนาคต ผู้วิจัยอาจศึกษาโมเดลของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ทำให้เข้ามิตี้อยู่ตามที่ถูกเสนอในรายงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาองค์ประกอบของโมเดลนี้ใหม่สำหรับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

โดยเฉพาะ สามารถยืนยันหรือโต้แย้งความคิดเรื่องการส่งผ่านที่เกิดขึ้นในโมเดล

โมเดลนี้สามารถอธิบายลักษณะหลายมิติของการท่องเที่ยวโดยอิงงานวิจัยที่เกี่ยวกับการตลาดบริการ การจัดการกีฬา การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ฯลฯ

References

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kulh & J. Beckmann (Eds.), **Action-control: From cognition to behavior**. Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. **Journal of Leisure Research**, 24, 207–224.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. **Journal of Marketing**, 54(2), 69–82.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. **Journal of Consumer Research**, 17, 375–384.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. **Journal of Marketing**, 65(3), 34–49.
- Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sport services. **Sport Management Review**, 3, 1–22.
- Collier, D. A. (1994). **The service quality solution: Using service management to gain competitive advantage**. Milwaukee, WI: ASPC Quality Press.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. **Journal of Marketing**, 56(3), 55–68.
- Kandampully, J. (1998). Service quality to service loyalty: A relationship which goes beyond customer services. **Total Quality Management**, 9, 431–443.
- Ko, M., & Pastore (2004). Similarity in leisure interests: Effects of selection and socialization in friendship. **Journal of Social Psychology**, 135, 471–482.
- Lehtinen, R., & Lehtinen, J. (1983). Similarity in real-life service experience, attitude and user compensation. **Journal of Service Management**, 36, 36–49.
- Lehtinen, R., & Lehtinen, J. (1991). Service process in user touch points and customer moment of entry. **Journal of Service Management**, 44, 26–41.
- MacKay, A., & Crompton, P. (1988). A model for the role of similarity of values in friendship development. **British Journal of Social Psychology**, 21, 301–310.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64, 12–40.

- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service Puality: Insights and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), **Service quality: New directions in theory and practice** (pp. 1–19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Singer, S. J., & Edmondson, A. C. (2008). **When learning and performance are at odds: Confronting the tension.** In P. Kumar & P. Ramsey (Eds.), *Performance and learning matters*: pp. 33– 60. Singapore: World Scientific.
- Thongyam, Pawinee. (2560). “The Importance of Service Quality for Business Success.” **Kasem Bundit Journal**. Volume 18 No. 1 January - June 2560. P. 220.
- Wagner, S., Grosse-Ruyken, P. & Erhun, F. (2012). “The link between supply chain fit and financial performance of the firm.” **Journal of Operations Management**. 30(4), 340–353.
- Whitten, G.D., Green, K.W.J., & Zelbst, P. J. (2012). “Triple-A supply chain performance.” **International Journal of Operations & Production Management**. 32(1), 28 – 48.
- Wong, W. H., A. M. Zhang, Y. Van Hui, L. C. Leung. (2009). “Optimal baggage-limit policy: Airline passenger and cargo allocation.” **Transportation Science**. 43(3) 355–369.
- Zeithaml, V. A. and Bitner, M. J. (2003). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm**. 3rd edition. New York: McGraw-Hill Irwin.