

การศึกษาผู้บริโภคส่วนประสมทางการบริการ และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

The Impacts of Service Mix and Service Quality on Tourists' Confidence in Service Provision in the Adventure Tourism Industry: The Case of Thai Tourists in Bangkok

วรรณภา แก้ววิไล¹ และ สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ²

¹นักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการบริการ และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ศึกษาในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าส่วนประสมด้านกระบวนการ ด้านลักษณะกายภาพ และด้านบุคลากรมีอิทธิพลมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยคิดเป็นร้อยละ 79.50, ร้อยละ 9.9 และร้อยละ 8.00 ตามลำดับ คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ 30.90 ความน่าเชื่อถือคิดเป็นร้อยละ 27.70 สิ่งที่ต้องได้คิดเป็นร้อยละ 25 และสุดท้ายความแน่นอนคิดเป็นร้อยละ 14.50

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการบริการ, คุณภาพ, อิทธิพล, ความเชื่อมั่น, การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

Abstract

The purpose of this research is to study the impacts of service mix and service quality on Thai tourists' confidence in service provision in the context of adventure tourism in Bangkok. The study reveals that the process side of service mix is highly important (79.00%) while the physical side (9.90%) and personnel side (8.00%) of service mix are relatively less important to tourists' confidence in service provision. In terms of service quality dimensions, empathy receives the highest score (30.90%), followed by assurance (27.70%), tangibility (25.00%), and reliability (14.50%) respectively.

Key words: service mix, service quality, confidence, adventure tourism

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนอย่างมากในประเทศไทย เนื่องจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า และรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีการพัฒนาทางด้านคมนาคมด้านต่างๆทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อการขยายตัวทั้งทางเศรษฐกิจและการพัฒนาของประเทศ ในปีหนึ่ง ๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าประเทศสูงเป็นอันดับหนึ่งเนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย มีศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่งดงาม โบราณสถาน ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ หรืองานสร้างสรรค์ทางศิลปะ ตลอดจนกิจกรรมที่ผสมผสานอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ และผู้ที่ได้เคยมาท่องเที่ยวจะได้รับ ความประทับใจและกลับมาใหม่อีกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นแหล่งที่มาของจำนวนเงิน มหาศาล นอกจากนั้นยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนง ก่อให้เกิดการกระจายงาน และกระจายรายได้ไปสู่ ท้องถิ่นต่างๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาประเทศ ประเทศไทยเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายได้แก่การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงชุมชน การท่องเที่ยวเชิง เกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวแบบผจญภัยซึ่งได้สนองต่อนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและ พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

การท่องเที่ยวแบบผจญภัยเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยมุ่งเน้นไปที่ความตื่นเต้น ขณะทำกิจกรรมนั้นๆ มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ เช่น การเดินป่า การปีนเขา ใต้ หน้า ผา การล่องแก่ง เป็นต้น (ธรรมรัตน์ เสาวคนธ์,2545) ดังนั้นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงส่วนประสม ทางการตลาดบริการรวมถึงคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นการบริการของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้น ให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวย่อมจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เป็นบุคคลวัยทำงาน รวมถึงเพื่อใช้ในการวางแผนกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง ท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย อันก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศให้ขยายตัวอย่าง ต่อเนื่อง จากประเด็นปัญหาและเหตุผลที่กล่าวถึงสามารถนำมาจัดทำเป็นแนวทางการศึกษาได้เป็นหัวข้อวิจัยดังนี้ คือ การวิจัยเรื่องการศึกษาผู้บริโภคส่วนประสมทางการบริการ และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่น ในการบริการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง ผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

2. วัตถุประสงค์

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อความเชื่อมั่นในการบริการของ นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความเชื่อมั่นในการบริการของ นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้จะแก่นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากเขตในกรุงเทพฯ 5 พื้นที่ เนื่องจาเป็นพื้นที่ใจกลางเมือง เป็นพื้นที่ธุรกิจและมีประชากรมาก ประกอบด้วย 1) ลาดพร้าว 2) อโศก 3) สีลม 4) สยาม 5) สาทร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคาดเคลื่อน +5 ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มอย่างแต่ละ 80 คนจากจำนวนนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 5 พื้นที่ที่กำหนด และทำการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในวันที่ 15 สิงหาคม 2557 ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการบริการ และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ศึกษาในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน เพื่อให้สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปต่อบัณฑิตผู้ประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ และได้ดำเนินตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม (Questionnaire)

งานวิจัยนี้จะทำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า ครอนบาร์ท แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.745 หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบคำถามตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษาโดยจะทำการแจกในวันที่ 1 สิงหาคม 2557

ขั้นที่ 2 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ประชากรในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้จากสูตรการคำนวณของ Yamane เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 4 ส่วนคือ (1) ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล (2) ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการ (3) ข้อมูลระดับคุณภาพการบริการ (4) ข้อมูลระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ขั้นที่ 3 สรุปผลการวิจัย

4. ผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอเป็นภาพรวม และข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

4.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี มีสถานะโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ / ปริมณฑล/ ภาคกลาง เป็นส่วนใหญ่ ลักษณะการท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวกับเพื่อน และแฟน

4.2 ผลการวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ สรุปได้ว่าตัวแปรบางตัวสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ถึงความเชื่อมั่นในการให้บริการ และบางตัวไม่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจากข้อมูลสรุปได้ว่าตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว คือตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยดูจากค่า Beta ว่าค่าไหนมีความสัมพันธ์สูงสุด จากตารางกระบวนการ มีอิทธิพลร้อยละ 79.5 มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ทางกายภาพ มีอิทธิพล ร้อยละ 9.9 และสุดท้ายคือบุคลากร ร้อยละ 8

4.3 ผลการวิเคราะห์ถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่าตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการบริการที่ดีจากพนักงาน ความสุภาพ การเคารพ พนักงานมีมารยาท ส่วนปัจจัยด้านความแน่นอน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องการให้ผู้ให้บริการ หรือให้ผู้ให้คำแนะนำ มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ พบว่านักท่องเที่ยวต้องการอุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการให้บริการ เช่น เรือยาง เชือก อุปกรณ์ดำน้ำ เสื้อชูชีพ และอื่น ๆ ที่มีคุณภาพปลอดภัยในการนำมาใช้ และปัจจัยด้านความเข้าใจ พบว่านักท่องเที่ยวคาดหวังที่ผู้ให้บริการสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวที่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที จากข้อมูลตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด คือความเข้าใจที่เข้าใจ มีอิทธิพลถึง ร้อยละ 30.9 รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลร้อยละ 27.7 และสิ่งที่จับต้องได้ มีอิทธิพลร้อยละ 25 และสุดท้ายคือความแน่นอน มีอิทธิพลร้อยละ 14.5

4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเชื่อมั่นในการบริการ ของนักท่องเที่ยว ด้านบุคคล พบว่าส่วนใหญ่จะเชื่อมั่นต่อการควบคุม หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการทำกิจกรรม ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเชื่อมั่นในอุปกรณ์ และเครื่องมือที่มีคุณภาพ และผู้ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถต่อการควบคุมดูแล ส่วนปัจจัยด้านองค์กร พบว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงทั้งสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม และผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ และมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย

5. อภิปรายผล

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อ ยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงหรือสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

อิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย กรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปร

ตามแต่มีปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลต่อระดับความเชื่อมั่น และไม่มีอิทธิพลต่อระดับความเชื่อมั่น ซึ่งปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความเชื่อมั่นของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ทั้งนั้นนักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงปัจจัยด้านอื่นมากกว่า เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยมากกว่า ราคาถูกแต่ไม่มีคุณภาพ มี Promotion ที่ดีแต่ไม่มีกระบวนการที่ดี ทั้งหมดนี้ไม่เพียงพอที่จะเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ดังนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยปัจจัยทั้ง 3 มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่น โดยเฉพาะพนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ นั้นเป็นคุณสมบัติสำคัญอย่างยิ่งที่บุคลากรจะต้องมีและต้องเป็นการบริการจากใจไม่ใช่ทำเพราะหน้าที่ พนักงานต้องมีการฝึกอบรม มีการตั้งใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือคู่แข่ง ยิ่งถ้าสามารถสร้างความพึงพอใจและความแตกต่างมากขึ้นเท่าไร จะยิ่งได้เปรียบคู่แข่งในตลาดมากขึ้นเท่านั้น พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน มีความสามารถในการสื่อสาร การให้ข้อมูล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังสามารถให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่างๆอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ได้กล่าวว่า พนักงานควรมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้ามีความรับผิดชอบ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างดี และมีความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้นบริษัทควรมีการคัดเลือก และอบรมพนักงานให้มีคุณภาพ และมีจิตใจในการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ด้านกายภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลค่อนข้างสูง เป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ด้านกายภาพและการนำเสนอแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม ทำให้ลูกค้าเห็นเป็นรูปธรรม ที่จับต้องได้ ลูกค้าจะเกิดความเชื่อมั่นและเกิดความประทับใจในคุณภาพที่ดี โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม มีรูปแบบการให้บริการที่ดีเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย การพูดจาสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว รวมถึงบรรยากาศโดยรอบของที่ทำการ สถานที่สะอาด สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน เพราะความปลอดภัยสำคัญมากสำหรับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จัดวางอย่างเป็นระเบียบ และต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิมพ์พร งามศรีวิเศษ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต และสวนสัตว์พาโรวิลด์ของนักท่องเที่ยว กล่าวว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องห้องน้ำมีความเพียงพอ สะอาด สามารถเข้าถึงได้สะอาดและปลอดภัย สถานที่จอดรถสามารถเดินเข้าถึงสวนสัตว์ได้ง่าย มีที่นั่งพักผ่อน มีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติ มีป้ายบอกทางต่างๆ มีความสะอาดและปลอดภัย ปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลค่อนข้างสูง เป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึง ความรวดเร็วในการให้บริการ การตอบสนองที่รวดเร็ว รับผิดชอบต่อผู้ฉุกเฉินได้ทันท่วงที มีการประสานงานที่ดี และมีประสิทธิภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเชื่อมั่นในการให้บริการ สอดคล้องกับ ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่พบว่า ผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามให้ความสำคัญมาก สำหรับขั้นตอนการสมัคร สมาชิกไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว แจ้งรายละเอียดอย่างครบครันก่อนเข้ารับการ

รักษา สามารถนำดวงหน้าโดยการติดต่อทางโทรศัพท์ และมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อใกล้เวลานัด ดังนั้นควรให้ความสำคัญด้วยการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการให้เพียงพอ เพื่อการบริการอย่างทั่วถึง รวมถึงการประสานงานในขั้นตอนการให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ควรเป็นไปอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการเกิดความเบื่อหน่ายในการรอรับบริการ จากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการเป็นสิ่งสำคัญและมีอิทธิพลอย่างมากกับความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความเชื่อมั่นในการบริการของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวต้องการการบริการที่รู้สึกมีความไว้วางใจ พนักงานที่ให้บริการมีความสุข มีมารยาทที่ดี ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถที่สามารถให้คำแนะนำได้ มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้ อุปกรณ์ในการทำกิจกรรมต่างๆ มีความปลอดภัย มีการตรวจวัด และมีคุณภาพ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย อุปกรณ์ที่มีดี มีคุณภาพ และผู้ดูแลควบคุมมีความรู้ความสามารถเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณาพร พิงโพธิ์ และสวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ กล่าวไว้ว่า ด้านความน่าเชื่อถือพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ให้บริการอย่างถูกต้อง ทำให้เกิดไว้วางใจเชื่อมั่นได้

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงหรือสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ เป็นสิ่งแรกที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะใช้บริการ ซึ่งปัจจัยนี้เน้นการตอบสนอง การแก้ไขปัญหาต่างๆในกระบวนการ การบริการที่รวดเร็ว การประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการหันมาสนใจในด้านนี้ให้มากขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ และมีการบอกต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกายภาพ บรรยากาศของสถานที่ทำกิจกรรมมีความสะอาดสวยงาม ยังคงเป็นธรรมชาติอยู่ และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีการตรวจเช็ค ต้องดูแลอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยอุปกรณ์ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร การให้บริการของพนักงาน พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถให้ข้อมูลได้อย่างคล่องแคล่ว และสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหาต่างๆ ดังนั้นมีความสำคัญมากที่จะมีการอบรมพนักงานอยู่เสมอ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเข้าใจ เข้าใจ ผู้ให้บริการต้องสามารถแก้ไขปัญหา นักท่องเที่ยวได้อย่างทันท่วงที และมีพนักงานเพียงพอต่อเหตุฉุกเฉินที่เกิดขึ้น และสามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นพนักงานต้องมีความชำนาญ และมีความรู้มากพอที่จะแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือพนักงานที่ให้บริการมีมารยาทที่ดี ผู้ให้บริการควรได้รับการอบรมมาอย่างดี สุขภาพ นอบน้อม มีมารยาทที่ดี และอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำกิจกรรมผจญภัยมีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ นอกจากนี้พนักงานต้องได้รับการอบรมอย่างสม่ำเสมอ และต้องมีการตรวจเช็คการใช้งานของอุปกรณ์อยู่เสมอเช่นกัน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งของที่จับต้องได้ อุปกรณ์ต่างๆ ต้องมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เช่นการดำน้ำ ต้องเตรียมเสื้อชูชีพให้พร้อม และให้ครบกับจำนวนของนักท่องเที่ยว อุปกรณ์ที่หมดสภาพการใช้งานแล้วสมควรนำ

กลับมาใช้อีก อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการต้องมีการเปลี่ยนถ้าหมดอายุการใช้งาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความแน่นอน ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะใช้บริการ หรือทำกิจกรรมต้องให้แน่ใจก่อนว่านักท่องเที่ยวเข้าใจก่อนทำ กิจกรรม ผู้ให้บริการต้องดูแลอย่างใกล้ชิดในกิจกรรมที่เสี่ยงอันตราย พนักงานต้องสามารถให้คำแนะนำ และสามารถตอบข้อคำถาม หรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวสงสัย ได้อย่างชัดเจน

การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งในการบริการ และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ควรศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อทางแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาต่อไป ควรศึกษาถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ ควรศึกษาถึงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ยั่งยืน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรนำผลการวิจัยไปขยายผลสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยชุมชนอย่างแท้จริง โดยผนวกลงในแผนพัฒนาหรือแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารต่างๆ จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนต่อไปควรมีวิจัยและพัฒนาชุด การเรียนรู้ เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยค้นคว้าอิสระของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ รศ.ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความแนะนำ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัย ดังกล่าวนี้นำสำเร็จลงได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

กฤษมาพร พิงโพธิ์ และสวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2553) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรม บริการ.วารสารปาริชาติ,2(23),121-131

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น

พิมพ์พร งามศรีวิเศษ (2555).ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวน สัตว์ดุสิตและสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ของนักท่องเที่ยว.สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธรรมรัตน์ เสาวคนธ์. (2545). *เที่ยวทั่วไทยกับนายรอบรู้*. กรุงเทพฯ:สารคดี.