

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ (Service Industry) ประเภทหนึ่งที่สามารถทำรายได้หลักให้กับประเทศไทยมาตั้งแต่ พ.ศ.2525 และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงอีกหลายประเภท เช่น โรงแรมและที่พัก ร้านอาหารและภัตตาคาร การขนส่ง การค้าขายของที่ระลึก เป็นต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศและมุ่งเน้นสร้างรายได้สำคัญต่อสาขาอาชีพผู้ให้บริการนำเที่ยว

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการท่องเที่ยวจำนวนมากเพิ่มขึ้น เพราะมีการลงทุนในกิจการน้อยแต่ผลกำไรสูง ประกอบกับประชาชนให้ความสนใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวทั้งใน และนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น ลูกค้านักท่องเที่ยว ก็จะเป็กลุ่มหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ต้องการนำคณะออกเดินทางไปศึกษาดูงานหรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่จัดคณะกันไปทัศนศึกษาต่างประเทศ ซึ่งการออกเดินทางจะมีจุดมุ่งหมายแตกต่างกันไป มีผลทำให้บริษัทนำเที่ยวเล็งเห็นถึงความสำคัญของลูกค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วกลับมาเป็นลูกค้าประจำ ดังนั้นการให้บริการที่มีกลยุทธ์รูปแบบใหม่ที่บริษัทนำเที่ยวทุก ๆ บริษัทต้องพัฒนาได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการให้บริการ การจัดทำสื่อโฆษณา การปรับเปลี่ยนการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลท่องเที่ยวและรายการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ที่สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่เริ่มต้นออกเดินทางท่องเที่ยว ให้เกิดทัศนคติที่ดีระหว่างบริษัทผู้ให้บริการ ทั้งก่อนและหลังการขาย ซึ่งการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่หลากหลายรูปแบบมีผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้านราคาและสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ติดตามและพร้อมที่จะใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และมีการแข่งขันกันสูงในระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้วยกันเอง ทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเรื่องราคา คุณภาพดี การให้บริการหลังการขายเยี่ยม แม้ว่าราคาจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพในการให้บริการเป็นหลัก แต่ก็ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ให้บริการท่องเที่ยวด้วยว่าจะสร้างความประทับใจ และทัศนคติที่ดีแก่ลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องของการบริการได้อย่างไร

ในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในปัจจุบันมีการกำหนดขอบเขตรูปแบบการซื้อขาย ทั้งรูปแบบรายการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และราคาตามที่ถูกค้าต้องการ เพียงแต่ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ว่าทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่มักจะมีการสำรวจราคาและบริการนอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้ว จึงทำให้โอกาสที่จะกลับมาใช้บริการที่เดิมลดน้อยลงจะทำให้ต้นทุนภายในองค์กรและผลกำไรของยอดขายรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความไม่สมดุลกันและจะทำให้เกิดผลกระทบต่อการทำงาน ประกอบกับคู่แข่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ทางเลือกของลูกค้าก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน จึงขึ้นอยู่กับการวางแผนยุทธศาสตร์รายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของแต่ละบริษัทว่าจะสามารถเอาชนะใจลูกค้าได้ด้วยวิธีใด เพราะการที่จะขายรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจะมีองค์ประกอบหลายส่วน ได้แก่ ต้นทุนราคาวัตถุดิบและการให้บริการ

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่สำคัญชายฝั่งทะเลอ่าวไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย และเป็นจังหวัดศูนย์กลางทั้งเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาคใต้ ในปัจจุบันจังหวัดสงขลาที่มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ให้บริการการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมากกว่า 300 ราย แต่อย่างไรก็ตามในการให้บริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จยังไม่เคยประเมินความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เพื่อหารูปแบบและยุทธศาสตร์ในการจัดการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

2.4 เพื่อเสนอแนะยุทธศาสตร์การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

3. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยประชากร ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา จำนวน 1,773 คน โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 ถึงเดือนมีนาคม 2551

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ทราบถึงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

4.2 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

4.3 ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

4.4 เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้นไป

5. การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานตามกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 3 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 6 มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 7 การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวที่ครบวงจรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยมีตั้งแต่การบริการที่มีการจัดเตรียมทุกอย่างไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น ที่พัก โรงแรม ภัตตาคาร รถบัส มัคคุเทศก์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

6.2 ผู้รับบริการ ได้แก่ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้รับบริการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ที่ใช้บริการตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม 2549

6.3 รายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หมายถึง โปรแกรมการท่องเที่ยวตามที่บริษัทกำหนดไว้เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย วันที่ เวลา กิจกรรม ข้อกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ

6.4 มัคคุเทศก์ หมายถึง มัคคุเทศก์ หรือผู้ที่นำนักท่องเที่ยวออกเดินทาง ภายใต้เงื่อนไขของโปรแกรมรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

6.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หมายถึง ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

6.6 อายุ หมายถึง อายุของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม 2549

6.7 ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หมายถึง จำนวนครั้งที่ผู้รับบริการเคยใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

6.8 การบริการ หมายถึง การให้บริการในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายก่อนและระหว่างดำเนินการให้แก่ลูกค้า เช่น สถานที่อุปกรณ์การใช้งานที่ทันแรงให้กับนักท่องเที่ยว และการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

6.8.1 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ระดับความสะดวกที่ได้รับการอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ ด้านพาหนะนำเที่ยว โรงแรม/ที่พัก สาธารณูปโภค ข้อมูลที่ได้รับ/คำชี้แจง การต้อนรับที่อบอุ่น มัคคุเทศก์ ระบบความปลอดภัย และการคมนาคม/สื่อสาร

6.8.2 รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว หมายถึง ความเหมาะสมของรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว เช่น ความสมบูรณ์ของโปรแกรม ความเหมาะสมของราคา และความยืดหยุ่นของโปรแกรม

6.8.3 พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้ การแก้ปัญหาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และความคล่องตัวและการสร้างความเข้าใจ

6.8.4 มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หมายถึง ความเป็นกันเอง ความอะลุ่มอล่วยในเรื่องที่ต้องต่อรอง การประณีตประนอมเมื่อเกิดปัญหา ความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า และการแจ้งข่าวสารที่จำเป็นแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

6.8.5 การได้รับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ของข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการได้รับจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จผ่านทางแผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อน และการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ

6.9 ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเกิดความพึงพอใจในการให้บริการจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ได้แก่ การบริหารจัดการ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

6.9.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ระดับความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจัดให้กับผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

6.9.2 คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท หมายถึง ภาพรวมในการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ผู้รับบริการประเมินแล้วว่า มีประสิทธิภาพ เช่น ราคาถูก บริการดี และแก้ปัญหาได้ เป็นต้น

6.9.3 ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว หมายถึง ระดับราคาที่ผู้รับบริการต้องจ่ายเมื่อใช้บริการโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

6.9.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ หนังสือ เป็นต้น

6.9.5 การส่งเสริมและให้ความรู้ในระหว่างการท่องเที่ยว หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับผู้รับบริการในระหว่างการท่องเที่ยว

6.9.6 รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในการให้รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผนที่ เส้นทางการเดินทาง เป็นต้น

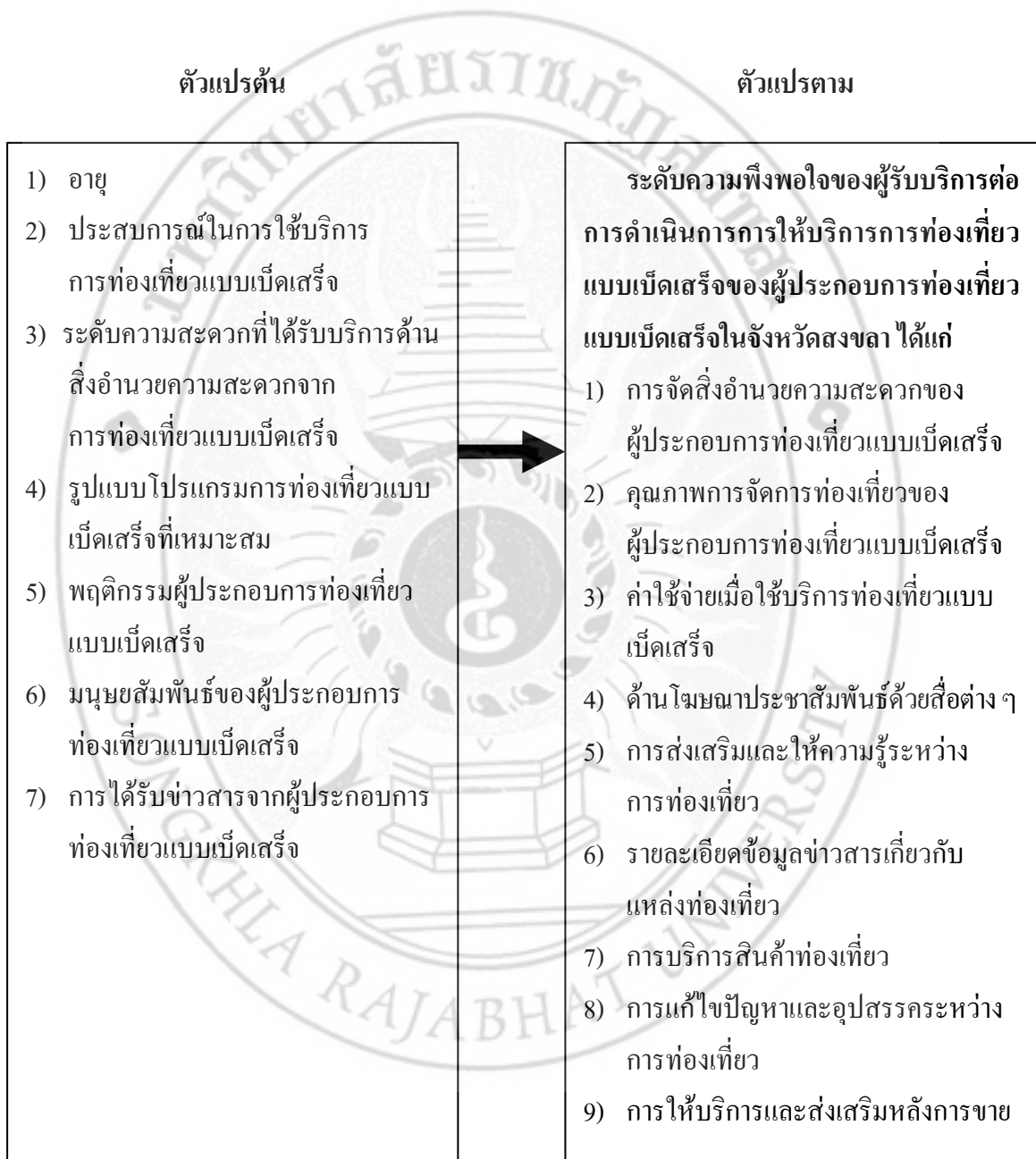
6.9.7 การบริการสินค้าท่องเที่ยว หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม สันทนาการระหว่างการเดินทางให้แก่ผู้รับบริการ และยังหมายรวมถึงประสบการณ์การดำเนินงานของบริษัทด้วย

6.9.8 การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทาง หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคให้แก่ผู้รับบริการได้ทุกสถานการณ์ตลอดเส้นทางการเดินทาง

6.9.9 การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการเป็นที่น่าพึงพอใจ และมีการบริการอย่างต่อเนื่องหลังการขายโปรแกรมสิ้นสุดลง

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการตรวจสอบเอกสารศึกษาผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์และสรุปและเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย