

ชื่อเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัย นางสาวสุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์

กรรมการควบคุม อาจารย์ ดร.กมล เสวตสมบุรณ์ และอาจารย์ ดร.ชลฤทัย โกววรรณะกุล

ปริญญา ศศ.ม. สาขาวิชา การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2554

บทคัดย่อ

นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นทุนวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวที่ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะความสนใจพิเศษ และสภาพการณ์แข่งขันภายใต้การรับรองคุณภาพเป็นมรดกโลก ควบคู่กับการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งทำให้ต้องเร่งปรับปรุงพัฒนา คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวจนเป็นที่ยอมรับและได้คุณภาพมาตรฐานมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทุกระดับ เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศในการพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม และให้บรรลุนิติสัมพันธ์ตามแผนการดำเนินการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงระบบใหม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เยี่ยมชมชาวไทย จำนวน 400 คน ณ แหล่งโบราณสถานหลัก 4 แห่ง ที่ได้รับความนิยมจากผู้เยี่ยมชม โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา, Independent t-test, F-test (One-way ANOVA), การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า ผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เห็นว่าคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสุขลักษณะและความปลอดภัย และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก โดยผู้เยี่ยมชมที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นด้านสุขลักษณะและความปลอดภัยต่างกัน ผู้เยี่ยมชมที่มีความต่างกันด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้เยี่ยมชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก



ความสะดวก และด้านสุขลักษณะและความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยรวม และรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านความประทับใจหรือความชอบ ด้านการบอกต่อเชิงบวก และด้านความตั้งใจที่จะกลับมาเยี่ยมชม อยู่ในระดับมาก โดยผู้เยี่ยมชมที่มีเพศต่างกัน มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยรวมและรายด้าน 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นด้วย ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมแตกต่างกัน ผู้เยี่ยมชมที่มีความต่างกันด้านอายุและรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้เยี่ยมชม ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยรวมและรายด้าน 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อเชิงบวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และปัจจัยคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ข้อมูลข่าวสาร และด้านสุขลักษณะและความปลอดภัย

โดยสรุป คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อมูลนำไปปรับปรุง ตรวจสอบ พัฒนา คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์ และแหล่งโบราณสถานอื่น ๆ ที่มีลักษณะการให้บริการ การท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน อีกทั้งเป็นข้อมูลสารสนเทศในการพยากรณ์จำนวนผู้เยี่ยมชม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการและวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวเชิงระบบใหม่สู่ความยั่งยืนในอนาคตอันใกล้



TITLE The Impacts of Service Quality in Tourism on the Visitor's Behavioral Intentions at the Historic City of Ayutthaya

AUTHOR Miss Suwakhon Somphaiphithak

ADVISORS Dr. Gamon Savatsomboon and Dr. Donruetai Kovathanakul

DEGREE M.A. **MAJOR** Tourism and Hotel Management

UNIVERSITY Maharakham University **DATE** 2011

ABSTRACT

The Historic City of Ayutthaya as cultural capital for tourism which indicates a growing trend to Niche tourism market and competitive situation under the quality assurance as the World Heritage site and to meet the demand of tourists. Therefore, they must be an urgent improvement and development for service quality in tourism based on the quality standard of cultural tourism at all levels. This information can be used to predict visitor's behavioral intentions at the Historic City of Ayutthaya and achieve the vision of the Blueprint for new tourism, Therefore; the researcher was interested in studying the impacts of service quality in tourism on visitor behavioral intentions at the Historic City of Ayutthaya. Data were collected from a total of 400 purposive Thai visitors at four archeological attractions which gained in popularity at the Historic City of Ayutthaya by means of a questionnaire. The statistics used to analyze the data were descriptive statistics, independent t-test, F-test (One way-ANOVA), Pearson Product Moment Correlation, and the Stepwise Multiple Regression Analysis.

The findings revealed that visitors showed opinions about the service quality in tourism as a whole and in 4 aspects: Information Service, Facilities, Health and Safety, and Activities at a high level. The visitors with different genders did not show opinions about service quality in tourism as a whole and in 3 aspects differently, but they showed differently in the aspect of Health and Safety. The visitors with different ages and monthly incomes did not indicate opinions about service quality in tourism as a whole and in each aspect differently. Also visitors with different education levels showed opinions about service quality in tourism as a whole and in 3 aspects: Information Service, Facilities, and Health and Safety differently at the .05 level of significance.



Visitors showed opinions about behavioral intentions as a whole and in 3 aspects: Strength of Preferences, Positive Word of Mouth, and Intention to Revisit at a high level. The visitors with different genders did not show opinions about behavioral intentions as a whole and in 2 aspects differently, but they indicate differently in the aspect of Intention to Revisit. The visitors with different ages and monthly incomes did not show opinions about behavioral intentions as a whole and in each aspect differently. Also visitors with different education levels did not show opinions about behavioral intentions as a whole and in 2 aspects differently but they showed in the aspect of Positive Word of Mouth differently at the .05 level of significance.

The service quality in tourism was positively related with visitors' behavioral intentions. Factors of service quality in tourism affecting visitors' behavioral intentions at the Historic City of Ayutthaya included Activities, Information Service, and Health and Safety.

In conclusion, service quality in tourism could affect visitors' behavioral intentions at the Historic City of Ayutthaya. The results of this research could be used to improve, examine, and develop service quality in cultural tourism of the Historic City of Ayutthaya, Historical Park, and other archaeological sites with a similar service feature. Also this finding could be forecasting the number of visitors at the Historic City of Ayutthaya, useful for the management and strategic planning for service tourism development of new tourism towards sustainable tourism in the near future.

