

อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมา
ท่องเที่ยวและศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE)
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
Influences of Service Quality Perception on the Tendency of Tourists
to Revisit and the Potential of MICE Tourism Management in
Pattaya City, Chonburi Province

ศิริประภา บำรุงวัตร^{1*} , ปรียาวดี ผลเนก^{2**}
Siraprapa Bumrungwat^{1*} , Pareeyawadee Ponanake^{2**}

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ภาคปกติ) สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

¹Graduate School of Commerce, Burapha University
169 Longhaad Bangsaen Road, Saensook, Muang, Chon Buri 20131

²สาขาการจัดการโลจิสติกส์และการค้าชายแดน มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว
เลขที่ 254 ถนนสุวรรณศร หมู่ 4 ตำบลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว 27160

²Logistics and Cross-Border Trade Management, Burapha University, Sakaeo Campus
254 M.4, Watana Nakorn Sub-district, Wattana Nakorn District, Sakaeo 27160

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยว
รูปแบบไมซ์ที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (2) ศึกษาอิทธิพล
ของการรับรู้คุณภาพการบริการรูปแบบไมซ์ที่มีต่อศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เข้าร่วมกิจกรรม

*ผู้เขียนหลัก

อีเมล: Siraprapa.bum@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา (อาจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาการจัดการโลจิสติกส์และการค้าชายแดน มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว)



การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการทอดแบบโดยการฝากแบบสอบถามไว้กับโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีด้วยขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ และ Binary Logistic Regression ผลการศึกษาพบว่า (1) การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์นี้มีเพิ่มมากขึ้น 2.912 เท่า (2) การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์นี้มีเพิ่มมากขึ้น 3.055 เท่า

คำสำคัญ

การรับรู้คุณภาพการบริการ การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

Abstract

The objectives of the research are to: 1) study influences of service quality perception on the tendency of tourists to revisit Pattaya City; and 2) study influences of service quality perception on the potential of MICE tourism management in Pattaya City, Chonburi Province. The research population was MICE tourists who participated in MICE activities in Pattaya City, Chonburi Province. The researcher applied a self-enumeration method of data collection in which the survey questionnaires were left at medium and large hotels in Pattaya, Chonburi Province to be completed by 400 respondents. The questionnaire was used as a research tool Data analysis was done by using on a percentage method and binary logistic regression. Research findings were that: (1) service quality had influences on the tendency of tourists to revisit and the probability of an event that MICE tourists tend to revisit rose by 2.912 times; and (2) service quality had influences on the potential of MICE tourism management and the probability of an event that Pattaya has potential for providing MICE tourism rose by 3.055 times.

Keywords

Service Quality, MICE Tourism Management, Tendency to Revisit MICE Tourism

บทนำ

ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเนื่องจากความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ตลอดจนมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานในการจัดการประชุม สัมมนาและแสดงสินค้า จึงเกิดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ขึ้น ไมซ์จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของ

การท่องเที่ยวเนื่องจากหลังเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์แล้วจะเกิดการท่องเที่ยวบริเวณเมืองที่ใช้จัดกิจกรรม ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องต่างๆ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นซึ่งสามารถทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2556)

การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอำนาจการซื้อสูง มีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี ดังนั้นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จึงอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 2-3 เท่า ทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ รัฐบาลจึงพยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หรือไมซ์ของเอเชีย (จิรพร จันลา, 2556)

ด้านมาตรฐานการจัดการและการบริการไมซ์ในประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลยังคงมีอยู่ในเฉพาะกรุงเทพมหานคร ขณะที่เมืองใหญ่ๆ บริเวณต่างจังหวัดหรือเมืองแห่งไมซ์ได้แก่ พัทยา ขอนแก่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ยังพบว่ามีความปัญหาด้านการจัดการและการบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน จึงมีความจำเป็นต้องเร่งสร้างมาตรฐานด้านนี้ให้ได้รับการยอมรับในระดับใกล้เคียงกันทั่วประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558)

พัทยาคือเมืองท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกที่มีอุตสาหกรรมไมซ์ขนาดใหญ่เป็นลำดับที่ 3 ด้วยที่พักหลายระดับ สถานที่จัดการประชุม และสถานที่จัดงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากมาย รวมไปถึงศูนย์จัดแสดงนิทรรศการ 3 แห่งที่สะดวกสบาย ได้รับการออกแบบโดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทยเป็นหลัก สำหรับการจัดงานอีเวนต์ธุรกิจครบวงจร ผู้จัดงานสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่าบนทำเลสำคัญที่สวยงาม อาทิเช่น โรงแรมแอมบาสเดอร์ ซิตี้ จอมเทียน แอนด์ คอนเวนชันเซ็นเตอร์ ศูนย์กีฬาแห่งชาติภาคตะวันออก และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าพัทยา (PEACH) ซึ่งมีพื้นที่รวมทั้งหมดกว่า 6,500 ตารางเมตร ทำให้สถานการณ์ไมซ์ของพัทยาในปัจจุบันมีการขยายตัวมากขึ้น แต่ยังคงมีจุดอ่อนในด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้อีกอย่างชัดเจน มีบุคลากรด้านไมซ์ไม่เพียงพอ อีกทั้งยังไม่สามารถสร้างมาตรฐานด้านการบริการได้เท่าเทียมเมืองแห่งไมซ์อย่างกรุงเทพมหานคร พัทยาจึงควรมีการเพิ่มศักยภาพให้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะมาตรฐานด้านการจัดการและการบริการให้ได้รับการยอมรับ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและศักยภาพภาพในการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

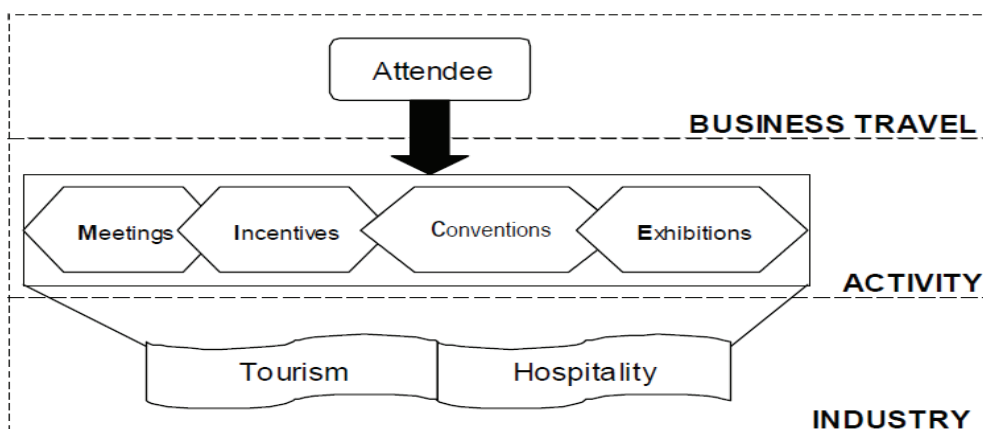
คุณภาพการให้บริการมีการพิจารณางานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการโดยเป็นเครื่องชี้วัดที่ใช้ในการพิจารณาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งคุณภาพการบริการสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง Parasuraman, Zeithaml & Berry (1998) ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการเกิดจากความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการนั้นๆ โดยคุณภาพจะเกิดขึ้นเมื่อตรงกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ คุณภาพการบริการที่ดีเกิดขึ้นเมื่อการบริการเป็นไปตามที่ผู้มาใช้บริการคาดหวัง คุณภาพการบริการมีจำนวน 5 ด้านหลัก ดังนี้ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง สิ่งที่ได้รับบริการสามารถรับรู้หรือสัมผัสได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น (2) ความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจได้ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถให้บริการตรงตามที่ตกลงไว้กับผู้รับบริการ มีความถูกต้อง สม่่าเสมอ ทำให้รู้สึกถึงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองผู้มารับบริการด้วยความเต็มใจ มีความพร้อม สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และทันท่วงที่ (4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ หมายถึงความสามารถ ทักษะ ความรู้ ในการให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการด้วยกริยาและมารยาทที่ดี ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดี และ (5) ความเอาใจใส่ หมายถึง ผู้ให้บริการมีการเอาใจใส่ ดูแล สามารถให้บริการตามความต้องการของผู้มารับบริการแต่ละบุคคล

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE

MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งในเชิงธุรกิจซึ่งได้มีผู้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ไว้ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) MICE ตามคำนิยามของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association Convention and Visitor Bureaus: AACVB) ให้คำนิยามว่าเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงสินค้าเข้าด้วยกัน โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่การจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ฯลฯ ประกอบด้วย 4 กลุ่มตามตัวอักษรย่อที่มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน และมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้า (Exhibitions) รวมเรียกว่า MICE Business

ลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE มีดังนี้ (Lau, 2009)



ภาพที่ 1: ลักษณะของ MICE (Nature of MICE)

ที่มา: Lau, 2009

MICE แสดงให้เห็นถึงภาคการท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงกิจกรรมทางธุรกิจ นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการทำกิจกรรมทางธุรกิจ คือ การท่องเที่ยวพักผ่อน นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจนี้เชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการผ่านกิจกรรม MICE โดยมีความต้องการอื่นๆ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องดื่ม ช้อปปิ้ง ความบันเทิง การขนส่ง ที่พักและอื่น ๆ ทำให้กิจกรรม MICE เป็นการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการด้วย

เหตุผลหลักที่คนส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรม MICE มีดังนี้ (Lau, 2009) (1) กระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ (2) เครือข่ายเกิดจากการประชุมกับผู้อื่น เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ผู้ซื้อและผู้ที่เกี่ยวข้องกัน (3) การศึกษาแบบต่อเนื่อง เกิดการเรียนรู้ทักษะใหม่และเป็นการเพิ่มเติมความรู้ (4) ปรับปรุงสินค้าเป็นการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีอยู่ (5) การกระจายข้อมูล การส่งต่อแนวความคิดใหม่ และ (6) วางแผนเชิงกลยุทธ์ การรวบรวมและระดมความคิดเพื่ออนาคต

2.1 ประโยชน์ของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE

หลายประเทศมีความต้องการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE เนื่องจากอุตสาหกรรม MICE ก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้ (Lau, 2009) (1) มีการใช้จ่ายที่สูงขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE จะพักในโรงแรมที่ดีกว่าปกติ และในการรับประทานอาหารจะเลือกร้านอาหารที่ดีเพื่อประชุมกับลูกค้า (2) สามารถสร้างรายได้ตลอดทุกฤดูกาลท่องเที่ยวและยังช่วยกระตุ้นให้ช่วง Low Season กลับมาคึกคักได้ เนื่องจากการจัดกิจกรรม MICE ไม่ได้จำกัดแค่ช่วง Low Season หรือ High Season (3) ทำให้เกิดความแน่นอนในการจองสถานที่และห้องพัก เนื่องจากทุกหน่วยงานจะมีการวางแผนจัดกิจกรรม MICE ล่วงหน้าให้เพียงพอ กับจำนวนผู้เข้าร่วม และหากการจัดงานเป็นไปได้ด้วยดี มักจะใช้สถานที่เดิมในการจัดงานในปีต่อๆ ไป

(4) ทำให้เกิดรายได้กับผู้ประกอบการโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากบางครั้งมีการจัดงานขนาดใหญ่ทำให้เกิดความต้องการที่พักจำนวนมาก รวมทั้งห้องโถงที่ใช้ในการจัดนิทรรศการขนาดใหญ่หลายแห่ง (5) การให้บริการกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม MICE เป็นการให้บริการด้วยมาตรฐานเดียวกัน เนื่องจาก MICE จะใช้รูปแบบการจัดงานคล้ายกัน (6) ช่วยปรับภาพลักษณ์ของเมืองที่จัด MICE และ (7) ไม่มีข้อกำหนดตายตัวในการเลือกสถานที่จัดงาน ไม่จำเป็นต้องเป็นเมืองท่องเที่ยว เพียงแค่เป็นสถานที่ที่สะดวก ง่ายต่อการเข้าถึง มีพื้นที่เพียงพอ หรือเลือกสถานที่ตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน

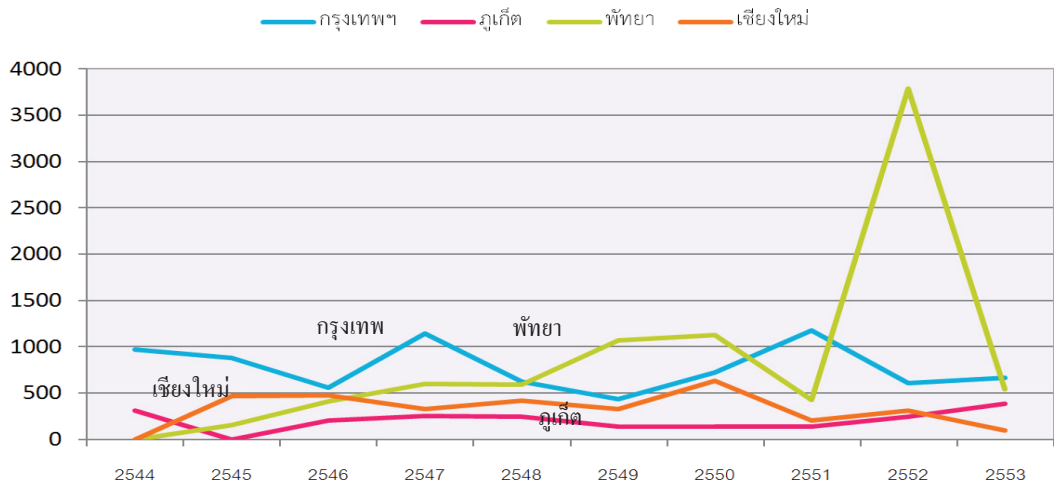
2.2 การท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ของประเทศไทย

การท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ของไทยได้รับการสนับสนุนมีเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลาง MICE ของเอเชีย แต่ช่วงปีที่ผ่านมาพบว่า การจัดประชุมของสมาคมนานาชาติ จากต่างประเทศที่เข้ามาจัดงานในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนของการเมืองในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2558)



ภาพที่ 2: จำนวนผู้เข้าร่วม MICE จากนานาชาติโดยเฉลี่ยในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2553 (คน)
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2558

จะเห็นได้ว่าผู้เข้าร่วมประชุมจากนานาชาติในการจัดประชุมต่อการประชุมมีแนวโน้มเฉลี่ยลดลง โดยเฉลี่ยประมาณ 700 คน มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี คิดลบคิดเป็นร้อยละ 4.3 เมื่อเกิดภาวะเช่นนี้จากวิกฤตทางเศรษฐกิจความไม่แน่นอนของการเมืองในประเทศ จึงมีการสนับสนุนให้มีการจัดประชุมฯ ในประเทศมากขึ้น โดยส่งเสริมให้มีการจัดประชุมในเมืองไทย ภายใต้ภารกิจ ชื่อ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จัดการประชุม รวมไปถึงการสัมมนาและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ภายในประเทศเพราะการจัดประชุมภายในประเทศจะช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนตลาด MICE และเศรษฐกิจของประเทศ



ภาพที่ 3: จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมชาวไทยโดยเฉลี่ยในเมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทยปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2553 (หน่วย: คน)

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2558

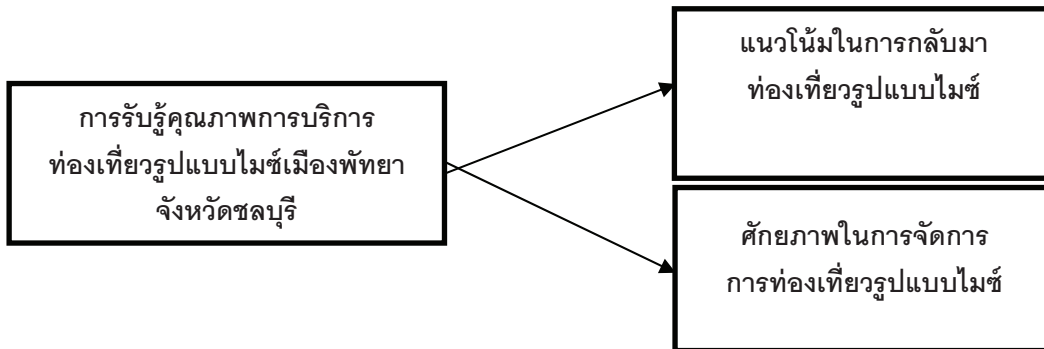
จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมโดยเฉลี่ย มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลง และไม่แน่นอน โดยมีแนวโน้มลดลงในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ในขณะที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในภูเก็ต และพัทยา ในขณะที่แนวโน้มของภาพรวมประเทศไทย คือ ลดลงและอยู่ที่เฉลี่ย 700 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสำรวจในช่วงปีเดียวกันของผู้เข้าร่วมประชุมชาวไทยมีแนวโน้มโดยรวมลดลงแต่ในบางเมืองมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างภูเก็ตและพัทยาถึงแม้จะได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจแต่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ชาวไทยก็ยังสามารถช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจให้กับประเทศได้

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัย** ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์
2. **ขอบเขตด้านประชากร** ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์เขตเมืองพัทยาเท่านั้น
3. **ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูล** ระยะเวลาศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 – พฤษภาคม พ.ศ. 2559 ด้วยการเก็บแบบสอบถาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 4: กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากงานวิจัยของ ยุงทอง รวมสุข (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว พฤติกรรม การเดินทางและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวในการพยากรณ์ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของการบริการในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้คือ

H_1 : การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Fick & Ritchie (2009) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของพวกเขา การศึกษาค้นครั้งนี้สรุปว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้คือ

H_2 : การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการรูปแบบไมซ์ที่มีต่อศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในเขตเมืองพัทยา ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการออกแบบโดยการฝากแบบสอบถามไว้กับโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 ชุด เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนกลับมา ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามพบว่า สามารถใช้ได้ครบทั้ง 400 ชุดจึงนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาดังกล่าวต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราวัดตัวแปรแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) และเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ส่วนที่ 2 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์โดยใช้แนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1998) ประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ส่วนที่ 3 ได้แก่ แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราวัดตัวแปรแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 4 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราวัดตัวแปรแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบบสอบถามนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา หรือ Cronbach's Alpha (Reliability Test) เท่ากับ 0.964 จาก 47 ข้อคำถาม ซึ่งถือว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้มีความเชื่อถือได้สูงมากและสามารถนำไปใช้ได้ดีมาก

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.25 มีอายุน้อยกว่า 25 ปีคิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 69.25 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.25

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมายังเมืองพัทยาเพื่อเข้าร่วมประชุม/สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือเพื่อเข้าร่วมนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า/อีเว้นท์ คิดเป็นร้อยละ 17.76 โดยเดินทางมากับหน่วยงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.47 ลักษณะการเดินทางคือใช้รถของหน่วยงานในการเดินทางมายังเมืองพัทยาและระหว่างการประชุมจะพักอาศัยในเขตเมืองพัทยา คิดเป็นร้อยละ 34.03 ส่วนใหญ่จะเดินทางมายังเมืองพัทยาเฉลี่ย 1-10 ครั้ง ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 77

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์และศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังแสดงในตารางที่ 1-2



ตารางที่ 1

ความผันแปรใน Logistic Regression Model และการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง

ตัวแปร	Nagelkerke R Square	Chi-square	df	p-value
แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	0.084	12.846	8	0.117
ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	0.086	4.864	8	0.772

จากตารางที่ 1 ความผันแปรใน Logistic Regression Model ของแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่ามีค่า Nagelkerke R² เท่ากับ 0.084 ซึ่งหมายความว่า สมการนี้สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 8.40 การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.117 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H₀ นั่นคือ แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษามีเหมาะสม

ความผันแปรใน Logistic Regression Model ของศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่ามีค่า Nagelkerke R² เท่ากับ 0.086 หมายความว่า สมการนี้สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 8.60 การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.772 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H₀ นั่นคือแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษามีเหมาะสม

ตารางที่ 2

โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำของพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตัวแปร		B	S.E.	Wald	p-value	Exp(B)
แนวโน้มในการกลับมา ท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	ค่าคงที่ (Constant)	-1.839	0.885	4.313	0.038*	0.159
	การรับรู้คุณภาพการบริการ ท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	1.069	0.258	17.173	0.000**	2.912
แนวโน้มในการกลับมา ท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	ค่าคงที่ (Constant)	-1.744	0.944	3.411	0.065	0.175
	การรับรู้คุณภาพการบริการ ท่องเที่ยวรูปแบบไม่ซ้ำ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	1.117	0.278	16.166	0.000**	3.055

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($p\text{-value} = 0.000$) โดยโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์นี้มีเพิ่มมากขึ้น 2.912 เท่า การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($p\text{-value} = 0.000$) โดยโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์นี้มีเพิ่มมากขึ้น 3.055 เท่า

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยาสอดคล้องกับงานวิจัยของยูงทอง รวมสุข (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวในการพยากรณ์ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ต โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการบริการที่มีคุณภาพจะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ โดยส่วนใหญ่ มักเดินทางมากับบริษัทในการสัมมนาประจำปี หรืออาจเดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะการประชุมวิชาการ หากเจ้าของธุรกิจไม่เข้าใจในด้านการบริการต่อทั้งผู้จัดงานและกลุ่มนักท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ตลอดจนสามารถตอบสนองต่อความต้องการของทั้งกลุ่มผู้จัดงานและกลุ่มนักท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นในด้านต้นทุน คุณภาพการบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ฯลฯ จะทำให้ผู้จัดงานประชุมสัมมนาเกิดความพึงพอใจและมีโอกาสที่จะกลับมาจัดงานประชุมวิชาการที่พัทยารีกครั้ง ตลอดจนพนักงานบริษัทที่เดินทางมาท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เกิดความพึงพอใจและส่งผลถึงความคิดเห็นในการกลับมาจัดสัมมนาที่พัทยารีกครั้งในปีถัดไปเนื่องจากความประทับใจในการบริการ

การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fick & Ritchie (2009) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวัดคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” โดยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดึงดูดผู้จัดงานไมซ์ และนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ให้กลับมาเมืองพัทยารีกครั้ง นอกจากนี้ปัจจัยดังกล่าวแล้วการได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพไมซ์ก็เป็นสิ่งดึงดูดสำคัญให้ผู้จัดงานไมซ์พิจารณาในการเลือกสถานที่จัดงาน ตลอดจนความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการคมนาคมขนส่งภายในตัวเมือง

สรุป

จากผลการศึกษาดังที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าการเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์นั้น สามารถพัฒนาในปัจจัยที่สามารถควบคุมได้คือ กระบวนการให้บริการของโรงแรมหรือสถานที่จัดงาน



ประชุมสัมมนา หรือประชุมวิชาการ ฯลฯ โดยนำแนวคิดของคุณภาพการออกแบบการบริการมาใช้ตั้งแต่ลูกค้ามา Check In เข้าพักจนกระทั่ง Check Out ออกจากโรงแรม ลูกค้าจะได้รับความสะดวกอย่างไร ในที่นี้สามารถนำแนวคิดในด้านการออกแบบกระบวนการบริการของโรงแรมและสถานที่จัดประชุมสัมมนา ประชุมวิชาการในพัทยาโดยใช้เมทริกซ์การบริการแบบกระบวนการ Professional Services (Verma & Boyer, 2009) ซึ่งจะมุ่งเน้นที่คุณภาพในการติดต่อกับลูกค้าโดยมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าสูงและการมุ่งเน้นกระบวนการโดยกำหนดให้เป็นมาตรฐานในการทำงาน ตลอดจนการนำแนวคิดการเปรียบประยุคต์ความเป็นเลิศ (Benchmarking) ในการศึกษาคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันในด้านการบริการเพื่อมาปรับปรุงกระบวนการบริการให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากขึ้นและการไหลของกระบวนการบริการมีความราบรื่นขึ้น นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ให้มีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละวัน ตลอดจนการลดจุดคอขวดที่ลูกค้าต้องใช้เวลารอคอยนาน เช่น การ Check In, Check Out เข้า-ออกจากโรงแรม รอบการเติมอาหาร หากมีบริการอาหารเช้าหรือเย็นไว้บริการ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยดึงดูดใจทั้งผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งในส่วนของผู้จัดงานนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ควรพิจารณาในด้านสถานที่จัดงานว่า มีสถานที่ในการจัดกิจกรรม MICE ที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากและมีความคุ้มค่าต่อต้นทุนในการจัดงานอย่างเหมาะสมหรือไม่เพียงใด และในด้านโรงแรมที่พักนั้นควรมีจำนวนโรงแรมที่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในปริมาณมากและหลากหลายระดับไว้บริการ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้พัทยาเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ในการเป็นเจ้าภาพการจัดงานในรูปแบบการท่องเที่ยวไมซ์ได้ในสายตาผู้จัดงานประชุมสัมมนาต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและโลกาภิวัตน์: ผลกระทบต่อ**

การท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.bangkokbiznews.com /blog/detail/50350>.

จิรพร จันลา. (2556). **แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE.**

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). **ธุรกิจไมซ์ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น**

รางวัลธุรกิจการจัดประชุมระดับนานาชาติ ธุรกิจการจัดแสดงสินค้า. กรุงเทพฯ:

เฟิร์นข้าหลวงพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ยูงทอง รวมสุข. (2549). **ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจ**

ในคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวในการพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2558). **รายงานอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย (Thailand's MICE Industry Report - Issue 2)**. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.businesseventsthailand.com/th/news-download/tceb-download-center/mice-industry-reports>.
- Fick, G. R. & Ritchie, J. B. (2009). Measuring service quality in the travel and tourism industry. *Journal of Travel Research*.30(2), 2-9.
- Lau, C. (2009). *Tourism and Hospitality Study Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE)*. Hong Kong: School of Hotel & Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University.
- Parasuraman, A. ; Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1998). Servqual. *Journal of Retailing*. 64(1), 12-40.
- Verma, R. ; Boyer, K. (2009). *Operations & Supply Chain Management*. China: China Translation & Printing Services.