หัวข้อวิจัย : การรับรู้ในมิติความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการจัดการการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย
ผู้วิจัย : นางอุทัยรัตน์ เมืองแสน
หน่วยงาน : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2562

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ความแตกต่างในมิติทางวัฒนธรรมทั้ง 6 ด้าน ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย และเพื่อศึกษาความแตกต่างในมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการจัดการการบริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการของการทำธุรกิจ การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourism) จำนวน 305 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการบรรยายข้อมูล และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติ t-test ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Regression analysis) ผลการวิจัย พบว่า

ความคิดเห็นต่อการรับรู้มิติทางวัฒนธรรมรวมทุกด้าน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า มิติการแสดงออกทางอารมณ์ (เก็บอารมณ์หรือแสดงออก) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มิติการมุ่งเห็นผลระยะยาว อยู่ในระดับมาก และมิติการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายมิติความแตกต่างในเรื่องความเป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่ม อยู่ในระดับมาก

ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง รวมทุกด้าน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านสมรรถนะ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรับรู้และเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก และด้านความมีไมตรีจิต อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการจัดการการบริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน มิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการจัดการการบริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย มิติการ

SPU CHONBURI

หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มิติการมุ่งเห็นผลระยะยาว และมิติการแสดงออกทางอารมณ์ (เก็บอารมณ์หรือแสดงออก) มีความสามารถพยากรณ์การจัดการการบริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ส่วนมิติความแตกต่างในเรื่องอำนาจ มิติความแตกต่างในเรื่องความเป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่ม มิติการให้ความสำคัญระหว่างชายหญิง ไม่ส่งผลต่อการจัดการการบริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำสำคัญ: การบริการ นักท่องเที่ยว มิติทางวัฒนธรรม

SPU CHONBURI

Research Title : The Perception of Cross-Cultural Dimension Differences Towards Service Management of Tourist from Middle East of Travel Business in Thailand

Name of Researcher : Mis. Uthairat Muangsan

Name of Institution : Graduate College of Management, Sripatum University

Year of Publication : B.E. 2562

ABSTRACT

The objective of this study is to study The Perception of cross-cultural in 6-dimension Differences towards service management of tourist from Middle East of Travel Business in Thailand and to study the differences in cultural dimensions that affect the Middle Eastern tourist service management of tourism businesses in Thailand. The sample group in this research was 305 entrepreneurs of travel business in Thailand. The questionnaires were used as a tool to collect the data and the Statistics used in the research were descriptive statistics namely Frequency, percentage, mean and standard deviation and the statistics used in testing are t-test, ANOVA and Regression analysis.

Opinions on the perception of cultural dimensions in all aspects in the overall picture were at a high level. When considering each aspect in descending order, it was found that the emotional expression dimension (Keeping emotions or expressions) at a high level, followed by long-term focus At a high level And the dimension of avoiding uncertainty In the high level, respectively, and the final rank, the difference in individual and group dimensions In a very high level.

Opinions on the quality of Middle Eastern tourists services All aspects in the overall picture are at a high level. When considering each aspect in descending order, it was found that the performance was at a high level, followed by reliability. In recognition and understanding of customers At a high level And hospitality In high level respectively

The hypothesis testing found that gender, age, education level And the current average monthly income different There are opinions in the cultural dimension that affect the management of Middle Eastern tourist services of tourism businesses in Thailand. not different. Cultural dimensions that affect the management of Middle Eastern tourists services in travel businesses in Thailand,

SPU CHONBURI

the Dimension of uncertainty avoidance, Long-term orientation and indulgence (Keeping emotions or expressing) Have the ability to predict the management of Middle Eastern tourist services of travel businesses in Thailand. As for the dimension of Power distance, individual and group, and Masculinity and Felinity Dimension does not affect the management of Middle Eastern tourist services of travel businesses in Thailand

Keywords: Perception, Cross-Cultural Dimension, Service Management, Tourist from Middle East, Travel business

SPU CHONBURI