



การประเมินคุณภาพการบริการที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร:

เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวชายเดี่ยว

Solo Travelers' Service Quality Assessment toward the National Museums Tourism in

Bangkok Metropolis: Comparison of Foreign Solo Female and Solo Male Travelers

ทัศตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์¹ และวันวิสา ด่วนตระกูลศิลป์²

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการบริการธุรกิจเรือสำราญ

วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, Tattawan.du@spu.ac.th

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม, Wanwisa.du@spu.ac.th

บทคัดย่อ

แม้ว่าความสนใจที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวคนเดียวจะได้รับความนิยมในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย หากแต่ยังเป็นประเด็นที่ยังไม่ได้รับความสนใจเพียงพอจากนักวิจัยทั่วไป ในการศึกษาครั้งนี้จึงมีผลต่อการศึกษาประสบการณ์โดยรวมของพิพิธภัณฑ์โดยการระบุลักษณะของการประเมินคุณภาพการบริการในเยี่ยมชม สำหรับการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบตามหลักทฤษฎีคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ด้วยการใช้ Factor Analysis แบบ Varimax ใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis และใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในการประเมินความน่าเชื่อถือความสอดคล้องภายในแต่ละปัจจัย และใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารีของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติชายเดี่ยว ทั้งนี้ได้ทำการประเมินความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวชายเดี่ยวที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการพิพิธภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติชายเดี่ยว มีความคำนึงถึงคุณภาพการบริการที่คล้ายคลึงกันในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ แต่หากพิจารณาด้านองค์ประกอบของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ การให้บริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับนักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยว ในขณะที่สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติชายเดี่ยว

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวเดี่ยว, คุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์, พิพิธภัณฑ์ไทย

ABSTRACT

Even though the increasing interest in solo travelers on museum visit in Thailand, related issues have not received adequate attention from researchers. In this regard, this study effected to explore the overall museum experience by identifying the nature of visit service quality assessment. The extraction method by a principle



elements factor analysis with a varimax rotation was continually conducted. Cronbach's coefficient alpha was also used to assess the internal consistency reliability for each of factors from this analysis. Moreover, Binary logistic regression analysis was conducted to assess the differences in museum service quality perceptions between foreign solo female and solo male travelers. Model of museum service quality contained three independent variables (facilities, staff services and exhibition experience) in this study. For differentiated strategies, this study further examined the differences between foreign solo female and solo male travelers toward service quality components. Results showed that foreign solo female and solo male travelers have similar service quality to visit museums. Regarding the components of museum service quality, staff services and exhibition experience were more positively related to foreign solo female travelers, while facilities was the most important element to foreign solo male travelers.

Keywords: Solo travelers, Museum service quality, Thailand museum

1. บทนำ

พิพิธภัณฑ์เป็นทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ ซึ่งเพิ่มความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่เฉพาะเจาะจง พิพิธภัณฑ์จึงมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโดยเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบัน (Falk & Dierking, 1992; Huo & Millar, 2007, Duantrakoon, Reid, & Lee, 2017) ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของคุณลักษณะทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในประเทศไทย การท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์จึงเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ปัจจุบันมีพิพิธภัณฑ์มากกว่า 1,550 แห่งกระจายอยู่ทั่วประเทศแต่ละแห่งมีลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะตน การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์การมหาชน, 2563) นอกจากนี้ บทบาทของสถาบันพิพิธภัณฑ์ไทยคือการให้บริการสังคมและเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (International Council of Museums [ICOM], 2010) สอดคล้องกับกรมศิลปากรแห่งประเทศไทยที่ได้กล่าวถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยในปี 2559 มีจำนวนถึง 7,452,486 คน ซึ่ง 5 อันดับแรกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชีย (FADT, 2016) สอดคล้องกับข้อมูลที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 60% จากปี 2016 (Solo Traveller, 2017)

จำนวนประชากรโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ได้เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงเดี่ยวที่เดินทางไปพักผ่อนในวันหยุด (Rosenbloom, 2012) จากการวิจัยของตลาดเอเชียและแปซิฟิกพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2559 มีศักยภาพทางการตลาดที่สูงสำหรับนักเดินทาง/ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย จากการศึกษาที่ค้นพบว่า 30% ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวรรณคดีในประเทศไทย โดยเฉพาะวัด พิพิธภัณฑ์และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และเมื่อพิจารณาถึงตลาดหญิงเดี่ยวในโลกปัจจุบันมีศักยภาพสูงกว่าแต่ก่อน ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้หญิงมีการศึกษาที่ดีขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [ททท.], 2559) หากระบุแยกตามเพศ ก็พบว่าเพศชายและเพศหญิงล้วนแล้วแต่เคยออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวหรือมีความคิดที่จะเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวเหมือนกัน โดยตัวเลขเพศชายอยู่ที่ 85% และเพศหญิงที่ 81% สอดคล้องกับ



Prentice, Guerin และ McGugan (1998) ค้นพบว่าอิทธิพลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสำหรับการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์นั้น เกิดจากแรงจูงใจของพวกเขา เช่น ความต้องการที่จะเรียนรู้เพื่อรับความบันเทิงในช่วงวันหยุดของพวกเขา และการเยี่ยมชมนิทรรศการ โดยเฉพาะ

เนื่องจากนักท่องเที่ยวประเมินประสบการณ์โดยรวมของพวกเขาตามคุณภาพการให้บริการพิพิธภัณฑ์ สอดคล้องกับ Harrison and Shaw (2004) ได้เสนอ 3 องค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ กล่าวคือ สิ่งอำนวยความสะดวก, การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการ จากงานวิจัยชิ้นนี้นักท่องเที่ยวจะพิจารณาประสบการณ์ทั้งหมดโดยพิจารณาจากคุณภาพขององค์ประกอบบริการทั้งสาม นอกจากนี้ Huo and Miller (2007) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการทั้งสามคือ สิ่งอำนวยความสะดวก, บริการพนักงานและประสบการณ์ต่อการแสดงนิทรรศการของพิพิธภัณฑ์ชาวมัว ประเทศชามัว พบว่าการบริการของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การแนะนำบอกต่อและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีนักเดินทางคนเดียวเพิ่มมากขึ้นในการท่องเที่ยว แต่ก็ยังขาดข้อมูลทางด้านงานวิชาการและด้านการวิจัยในการศึกษาถึงนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวเดี่ยวก่อนหน้านี้ ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล (Wilson, 2004) ดังนั้น การประเมินคุณภาพการบริการที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดี่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง รวมถึงวิธีการประเมินประสบการณ์ด้านพิพิธภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการของตัวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครในยุคปัจจุบัน โดยตรง เพื่อการจัดการบริการและยกระดับศักยภาพพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดี่ยวที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานครในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การประเมินคุณภาพการบริการที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติชายเดี่ยว

ผลลัพธ์ของการวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้จัดการพิพิธภัณฑ์และนักการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในการใช้แผนการจัดการเพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดี่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ได้โดยตรง

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในพื้นที่ที่ทำการวิจัย โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวชายเดี่ยวในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกรุงเทพมหานคร รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติชายเดี่ยวที่เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้รับในช่วง 3 เดือน และทำการเก็บข้อมูลระหว่างเวลาทำการ 09.00 น. ถึง 18.00 น. ตั้งแต่วันอังคารถึงวัน



อาทิษฐ์ ตัวอย่างถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด ในกลุ่มนักท่องเที่ยวหญิงเดี่ยว ($n = 200$) และประกอบด้วยข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชายเดี่ยว ($n = 200$)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากงานวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑสถานของ Harrison & Shaw และ Huo & Millar และการทบทวนแนวคิดทฤษฎีของผู้วิจัยเพื่อศึกษาให้เหมาะกับบริบทการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน โดยงานวิจัยนี้ได้ใช้มาตราส่วนประเมินค่าตามแบบ Semantic Differential (5-pointed, Likert type scales) กล่าวคือ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และ 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถูกใช้เพื่อประเมินรายการแบบสอบถาม แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ส่วนที่หนึ่งประกอบด้วยข้อมูลการเดินทางและประกอบด้วยหัวข้อย่อยคือ ประสบการณ์การเดินทาง, สัญชาติ, จำนวนผู้ร่วมเดินทางและความถี่ในการเดินทาง ส่วนที่สองเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของพิพิธภัณฑสถาน โดยมีองค์ประกอบ 3 สิ่ง กล่าวคือสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการ, การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต้อนรับนักท่องเที่ยว ส่วนสุดท้ายคือตัวแปรผลลัพธ์ เช่น ความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง และทำการแปลงข้อมูลเข้ารหัส และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติอย่างเป็นขั้นตอน

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบตามหลักทฤษฎีคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑสถานด้วยการใช้ Factor Analysis แบบ Varimax ใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis และใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในการประเมินความน่าเชื่อถือความสอดคล้องภายในแต่ละปัจจัยจากการวิเคราะห์นี้ มากกว่านั้นในด้านคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑสถานของผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี (Binary Logistic Regression Analysis) (Hosmer และ Lemeshow, 1989) ด้วยสถิติ ไค-สแควร์ อัตราเสี่ยง (Odds ratio: OR) และการประมาณค่าช่วง เชื่อมั่น 95% (Confidence Interval: CI) ได้เป็นอย่างดี โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 1 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารีของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑสถานระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติหญิงเดี่ยว (Code 0) และนักท่องเที่ยวต่างชาติชายเดี่ยว (Code 1) และค่าทดสอบความเหมาะสมของ Model (Goodness of fit) คือ 2Log Likelihood มีค่าเท่ากับ 477.11 จากตัวแปรอิสระและค่าไค-สแควร์ ($\chi^2 = 77.40$, $df = 3$, $p < .001$) มีการพบคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑสถานทั้ง 3 องค์ประกอบในการคาดการณ์ที่สำคัญสำหรับการพยากรณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเดี่ยวทั้งสองกลุ่มที่แตกต่างกัน การอธิบายของสมการถดถอยโลจิสติกได้รับการยืนยันโดย Cox & Snell R Square = .17 Nagelkerke $R^2 = .23$ โดยทั่วไปพบว่าการอธิบายโดยรวมของสมการถดถอยโลจิสติกคือ 17% - 23%

องค์ประกอบทั้งหมดของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑสถานที่มีความสำคัญทางสถิติสำหรับการคาดการณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเดี่ยว ค่าสัมประสิทธิ์โดยประมาณของการบริการพนักงาน ($B = -.55$, Wald = 6.52, $p < .05$) และประสบการณ์กับนิทรรศการ ($B = -1.22$, Wald = 26.75, $p < .001$) ถูกระบุว่าเป็นค่าลบ ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก ($B = .52$, Wald = 4.22, $p < .05$) มีค่าเป็นบวก ผลลัพธ์ดังกล่าวบ่งชี้ว่า จากตัว



แปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของพิพิธภัณฑ์ การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการนั้นมีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวและในทางกลับกันสิ่งอำนวยความสะดวกมีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยว

ตารางที่ 1 ผลสรุปของ Logistic Regression results of museum service quality

Variables	B	S.E.	Wald	df	sig	Exp(B)
Facilities	.52	.25	4.22	1	.04	1.68
Staff services	-.55	.21	6.52	1	.01	.57
Exhibition experience	-1.22	.23	26.94	1	.00	.29
Constant	4.96	.96	26.75	1	.00	143.14

-2Log likelihood = 477.11 / Cox & Snell R Square = .17 / Nagelkerke R² = .23 /
 $\chi^2 = 77.40^{***}(df = 3)$

5. การอภิปรายผล

จุดประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ ประเมินคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ที่มีผลต่อการเยี่ยมชมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะขององค์ประกอบของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวเปรียบเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bigné, Martínez, Miquel และ Belloch (1996) อธิบายว่าการบริการของพนักงานด้วยความเต็มใจและความตั้งใจที่จะแนะนำ รวมถึงการแสดงปฏิริยาตอบกลับ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านบริการ เชื่อมโยงถึงความพึงพอใจและความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ และแนะนำบอกกล่าวไปยังผู้อื่นอีก นอกจากนี้ผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Harrison and Shaw (2004) ซึ่งได้ค้นพบว่า 3 องค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์ กล่าวคือ สิ่งอำนวยความสะดวก, การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการ ส่งผลต่อการประเมินประสบการณ์การบริการพิพิธภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง

ผลการวิจัยพบความแตกต่างระหว่างคุณภาพการบริการในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 องค์ประกอบ กล่าวคือ สิ่งอำนวยความสะดวก, การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวพิจารณาบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินการบริการพิพิธภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม สิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีผลต่อการประเมินค่าคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยว ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยว มีความเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญในขณะที่ได้ใช้บริการในพิพิธภัณฑ์ แต่การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการไม่มีผลต่อการประเมินผลคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์



6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

คุณภาพการบริการของพิพิธภัณฑ์มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดี่ยงทั้งหญิงและชายในการตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์หรือแม่ฮ่องคักที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องดำเนินกลยุทธ์การดำเนินการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยว มีแตกต่างกันไปตามคุณภาพคุณลักษณะการบริการที่พวกเขาพิจารณาเมื่อเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยวคำนึงถึงการบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินการบริการพิพิธภัณฑ์ อย่างไรก็ตามสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีผลต่อการประเมินค่าคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหญิงเดี่ยว ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายเดี่ยวมีความคำนึงว่าสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญในขณะที่ได้ใช้บริการในพิพิธภัณฑ์ แต่การบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการไม่มีผลต่อการประเมินผลคุณภาพการบริการพิพิธภัณฑ์

ดังนั้น ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์จึงต้องพิจารณาถึงกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างที่เน้นคุณสมบัติที่แตกต่างของคุณภาพการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม สำหรับข้อเสนอแนะ คือการพัฒนาทั้งสามองค์ประกอบควบคู่กัน โดยเฉพาะ ด้านการบริการของพนักงานและประสบการณ์ต่อนิทรรศการ ซึ่งมีผลต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวหญิงเดี่ยวที่ถือว่ามีศักยภาพสูง มากกว่านั้นควรประสานงานระหว่างพิพิธภัณฑ์กับแผนกการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและรัฐบาลไทยในการเผยแพร่กิจกรรมพิเศษใหม่ๆหรือกิจกรรมที่น่าสนใจ สอดคล้องกับความคุ้มค่าของเงิน (value for money) ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะได้รับ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อต่างประเทศเป็นหลัก เน้นความเป็นเอกลักษณ์ไทยของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มนี้ต่อการมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งยังเป็นโอกาสเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกทาง

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ททท. ชงตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้หญิง*. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/content/602819>
- มาร์เกตเทีย. (2562). *เทรนด์ฮิตท่องเที่ยวคนเดียวมาแรง*. สืบค้น 25 ธันวาคม 2562, จาก <https://marketeroonline.co/archives/133521>
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์กรกรมมหาน. (2563). *ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมและนำเสนอข้อมูลพิพิธภัณฑ์จากทั่วประเทศ*. สืบค้น 22 พฤษภาคม 2563, จาก <https://db.sac.or.th/museum/>
- Bigné, E., Martínez, C., Miquel, M. J., & Belloch, A. (1996). An adaptation of the SERVQUAL scale. *European Journal of Management and Economics of the company*, 5, 7-18.
- Duantrakoonsil, T., Reid, E. L., & Lee, H. Y. (2017). Museum service quality, satisfaction, and revisit intention: Evidence from the foreign tourist at Bangkok national museums in Thailand. *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(6), 127-134.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington DC: Howells House.
- Fine Art Department of Thailand (2016). *Statistic database*. Bangkok: Ministry of Education.



- Harrison, P., & Shaw, R. (2004). Consumer satisfaction and post-purchase intentions: An exploratory study of museum visitors. *International Journal of Art Management*, 6(2), 23-32.
- Hosmer, D. W. & Lemeshow, J. S. (1989). *Applied Logistic Regression*. John Wiley & Sons, New York.
- Huo, Y., & Miller, D. (2007). Satisfaction measurement of small tourism sector (museum): Samoa. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12(2), 103-117.
- International Council of Museums (2010). *Key Concepts of Museology*. Paris: Armand Colin.
- Prentice, R., Guerin, S., & McGugan, S. (1998). Visitor learning at a heritage attraction: A case study of discovery as a media product. *Tourism Management*, 19(1), 5-23.
- Rosenbloom, S. (2012). *Single for the holidays*. New York, The New York Times.
- Solo Traveller. (2017). *Solo travel trends 2017*. Retrieved July 15, 2020, from <https://solotravellerworld.com/solo-travel-trends/>
- Wilson, E. C. (2004). *A Journey of her own? The impact of constraints on female's solo travel (PhD. Thesis)*. Department of Tourism, Leisure, Hotel and Sports Management. Brisbane, Griffith University.