

ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรม
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต
**ATTITUDES TOWARDS MARKETING MIX FACTORS ON SATISFACTION
AND BEHAVIOR OF FOREIGN TOURISTS IN PHUKET**



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ปีการศึกษา 2557



ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรม
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต
ATTITUDES TOWARDS MARKETING MIX FACTORS ON SATISFACTION
AND BEHAVIOR OF FOREIGN TOURISTS IN PHUKET



เกียรติภูมิ กลีบกลาง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ปีการศึกษา 2557



© 2557

เกียรติภูมิ กลีบกลาง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ทศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

ผู้วิจัย เกียรติภูมิ กลีบกลาง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(รศ.ดร.พนารัตน์ ปานมณี)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.อรอุมา รัตนศรีปัญญา)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.พุฒิธร จิรายุส)

(ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มีนาคม 2558

ชื่อวิทยานิพนธ์: ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพล
ต่อความพึงพอใจและ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

ผู้วิจัย : เกียรติภูมิ กลีบกลาง **รหัสนักศึกษา :** 013246008

หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร

ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาความพึงพอใจ พฤติกรรมทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

จากการดำเนินการวิจัยมีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรตามกรอบแนวคิดของ Kotler (2003)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้ประกอบการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยว ยังมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตามของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น จะต้องส่งเสริมให้เกิดการรณรงค์เกี่ยวกับการไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีการตรวจสอบถึงปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว อันจะส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ ทักษะคิดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ, องค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

Title: Attitudes towards Marketing Mix Factors on Satisfaction and Behavior of Foreign Tourists in Phuket

Researcher: Kiattipoom Kleepklang **Student ID:**013246008

Degree: Master of Business Administration

Advisor: Dr. Chompunuch Jittithavorn

Academic year: 2014

Abstract

The objectives of this study were aimed to study the attitudes towards marketing mix Factors on the satisfaction and behavior patterns of foreign tourists in Phuket and also to evaluate the participation of the people who are concerned in what affects the promotion of a positive image of traveling in Phuket. The variables of the research were Attitude, Satisfaction and Behavior of Foreign Tourists and the variables followed the conceptual framework of Kotler (2003).

The research results showed that the attitude of foreign tourists that influence the satisfaction of foreign tourists who are travelling in Phuket had the Statistical Significance of 0.05. The entrepreneurs and the participation of the people who are concerned about what affects the need to improve and promote the image of traveling in Phuket towards the foreign tourists were at a low level.

Therefore, the solution should be before the tourist industry to support travelers in Phuket to avoid any exploitation of the foreign tourists. These can include checking the details of the problem that occurs and aiming to resolve any problem in the system. The result will be the good image towards the foreign tourists traveling in Phuket in the future.

Keywords: The Attitude of Foreign Tourist, the Marketing Mix of Travel in Phuket



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร. ชมพูนุช จิตติถาวร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบงานวิจัย รศ.ดร.พนารัตน์ ปานมณี ดร.อรอุมา รัตนศรีปัญญา และดร.พุฒิชร จิรายุ ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลด้านสถิติ จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ขอขอบพระคุณอาจารย์และเจ้าของงานวิชาการต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้อ้างถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

เกียรติภูมิ กลีบกลาง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามเพื่อการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 สมมติฐานงานวิจัย.....	8
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว.....	18
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด.....	25
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	27
2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.....	30
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	41
3.1 ประเภทของงานวิจัย.....	41

3.2 ประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากร.....	41
---	----

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือ.....	42
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	47
ตอนที่ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านข้อมูลส่วนบุคคล.....	47
ตอนที่ 2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านข้อมูลทางด้านทัศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	50
ตอนที่ 3. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต.....	55
ตอนที่ 4. ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน.....	58
ตอนที่ 5. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน.....	60
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ.....	66
5.1 สรุปผล.....	66
5.2 การอภิปราย.....	68
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	79
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัยภาษาอังกฤษ.....	86
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย.....	91
ภาคผนวก จ ผลคะแนนการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์.....	96
ภาคผนวก ฉ ผลคะแนนการหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม.....	98
ภาคผนวก ช ผลคะแนนการหาค่าความความเชื่อมั่นในแบบสอบถาม.....	105

ประวัติผู้วิจัย.....	132
----------------------	-----

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ.....	2
ตารางที่ 2.1 แสดงภาพรวมสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต.....	31
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามเพศ.....	41
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามอายุ.....	48
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามหน้าที่การงาน.....	48
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกระดับรายได้.....	49
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนก ตามผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ.....	50
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านราคา.....	20
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	21
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด.....	21
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านบุคลากร.....	21
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ.....	21
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	21
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามด้านการให้ บริการของสถานประกอบการต่างๆ.....	21
ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ	

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ตจําแนกตาม ด้านขั้นตอนการให้บริการ.....	21
--	----



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	20
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามภาพรวมต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.....	21
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	22
ตารางที่ 4.18	การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ 1 คือทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต.....	23
ตารางที่ 4.19	การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ 2 คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	24

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเอเชียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	1
ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
ภาพที่ 2.1 ที่มาของการเกิดทัศนคติ.....	13
ภาพที่ 2.2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ.....	14
ภาพที่ 2.3 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model).....	15
ภาพที่ 2.4 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	21
ภาพที่ 2.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	23
ภาพที่ 2.6 ส่วนประสมทางการตลาด.....	25



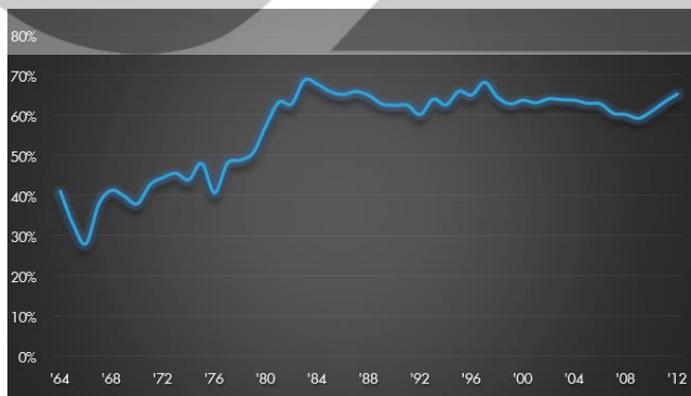
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญต่อการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และเมื่อพิจารณาจากปริมาณเม็ดเงินที่ได้รับในหลายปีที่ผ่านมา ปรากฏว่า ผลประกอบการที่ประเทศไทยได้รับส่วนใหญ่มาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557: ออนไลน์) และมีความสอดคล้องกับการศึกษาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยนั้น ในปีพ.ศ. 2555 ประเทศไทยถือได้ว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก โดยจากการจัดอันดับของการบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งทำให้หลายหน่วยงานได้รับทราบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 22.3 ล้านคน ซึ่งหากพิจารณาจากปี พ.ศ. 2554 นั้น เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 16 อันเกิดจากสาเหตุที่สำคัญ คือ (1) สาเหตุจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ (2) การที่ค่าเงินบาทภายในประเทศ มีอัตราแลกเปลี่ยนที่ค่อนข้างต่ำ จึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น (3) และรูปแบบการเดินทางของประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพในการขนส่ง เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556:1-12)

จากการศึกษาดังกล่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556:4) ที่พบว่า ในการพิจารณาถึงสัญชาติต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด และมีอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี โดยเริ่มตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2526 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีอัตราการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึงในปีพ.ศ. 2555 คิดเป็นร้อยละ 60 – 70 ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเอเชียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556:4

จากแผนภาพดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยพบว่า ในปีพ.ศ. 2555 หรือ ค.ศ. 2012 นั้น นักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีอัตราที่เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2526 หรือ ค.ศ. 1964 และในการศึกษาครั้งนี้ พบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีอัตราส่วน คิดเป็นร้อยละ 23.8 เป็นต้นและเมื่อพิจารณาจากข้อมูลทางสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

ข้อมูล	2008	2009	2010	2011	2012
นักท่องเที่ยว	-	-	5,120,761	8,891,039	10,211,885
ไทย	-	-	815,096	2,600,462	2,994,910
ต่างประเทศ	-	-	4,305,665	6,290,577	7,216,975
จำนวนเงิน (ล้านบาท)	-	-			
นักท่องเที่ยว	-	-	108,446.18	188,822.46	228,984.88
ไทย	-	-	7,159.80	24,895.31	30,291.58
ต่างประเทศ	-	-	101,286.38	163,927.15	198,693.30

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557:ออนไลน์

จากข้อมูลประจำปีพ.ศ. 2555 เป็นต้นมา จะพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยในปีพ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประมาณ 4,506,026 ต่อมา คือ พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 6,622,776 และพ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 7,556,105 เป็นต้น ซึ่งจะสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย จำนวนรวมถึงทั้งสิ้น 463,906.83 ล้านบาท

นอกจากนี้ในปีพ.ศ. 2558 ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งที่จะมีการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กับสมาชิกต่างๆ ในประเทศเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีก 9 ประเทศ ซึ่งหนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์ (2557) ได้มีการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับการศึกษาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คือ การที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาใช้บริการและเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น จะส่งผลทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ต่างๆ ในหลายๆ ด้านเช่น ด้านการจ้างงาน หรือด้านของการขายสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น และจากนี้จากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2557:14) จะพบว่า ปัจจุบันรัฐบาลของประเทศไทยนั้น ได้มีการส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับ

นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข โดยรัฐบาลฯ จึงมีนโยบายในการบริหารเทศ โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนา คือ (1) การเร่งรัดการส่งออกให้ขยายตัวเต็มศักยภาพ โดยเพิ่มรายได้จากตลาดหลัก ตลาดใหม่ และการค้าชายแดนและภูมิภาค (2) การฟื้นฟูภาคท่องเที่ยว โดยการสร้างความเชื่อมั่น และออกมาตรการกระตุ้น การท่องเที่ยว (3) การให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูบรรยากาศทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการดำเนินนโยบายการเงินที่เอื้อต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการสร้างความเชื่อมั่น โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ เป็นต้น

ประกอบกับประเทศไทยนั้น เป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย และมีอยู่หลายประเภท เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบภูเขา ป่าไม้ รวมถึงทะเล เป็นต้น ซึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทะเลในภาคใต้ของประเทศไทยนั้น สถานการณ์และทิศทางท่องเที่ยวได้ ในปีพ.ศ. 2557 เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พบว่า จากข้อมูลสถิติกรมการท่องเที่ยว พบว่า ไตรมาส 4 ปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันออก และนักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 55.3 และร้อยละ 26.4 เป็นต้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำคัญของประเทศไทย คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน และญี่ปุ่น ตามลำดับ ส่วนยุโรปนั้นสัดส่วนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากรัสเซีย รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร และเยอรมนี เป็นต้นรวมถึงประกอบกับการศึกษาพบว่า ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุด โดยในปีพ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางไปภาคใต้ จำนวน 6.1 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 21-25 เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ และมีการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย จำนวน 104,437 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ สัดส่วน 25.7 ซึ่งมากกว่าการท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยพบว่า ภาคใต้นั้นเป็นภาคที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ จะมักเข้ามาเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้ เพราะภาคใต้มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ จำนวนมาก เช่น ทะเล และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเหล่านี้ จะนิยมมาท่องเที่ยวเพราะทะเลของประเทศไทย ขึ้นชื่อในด้านความสวยงาม และติดอันดับโลกในหลายพื้นที่ เช่น จังหวัดภูเก็ต ที่ได้ชื่อว่า เป็นจังหวัดที่ได้รับการยกย่องว่า “ไข่มุกแห่งอันดามัน” เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีความสวยงามทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล หรือวัดวาอารามต่างๆ และจังหวัดภูเก็ต ยังเป็นจังหวัดที่มีสนามบิน จึงทำให้เป็นจังหวัดที่ได้ชื่อว่า เป็นศูนย์กลางในการเดินทางต่างๆ เป็นต้น

แต่สภาพปัญหาที่สำคัญของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ตามการศึกษาของ สมถวิล ศิริบูรณานนท์ (2556:1-2) และงานวิชาการอื่นๆ พบว่า ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ต ได้ประสบกับปัญหา

ต่างๆ ที่สำคัญ คือ

1. ปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ภาพลักษณ์ทางการเมือง การปกครอง ซึ่งประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเมืองเป็นอย่างมาก และประเทศจำนวนไม่น้อย ที่ได้มีการประกาศเตือนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างระมัดระวัง และไม่ให้ออกมาท่องเที่ยวในช่วงกลางคืน

2. ปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย อันเกิดจากความไม่พร้อมของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

3. ปัญหาทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน และบริการด้านต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้เกิดความสะดวกรวดเร็วต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต โดยปัจจุบันจังหวัดภูเก็ต สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างๆ ได้เป็นจำนวนมาก แต่ในความเป็นจริงในหากอยู่ในช่วงเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญของประเทศไทย เช่น เทศกาลสงกรานต์ จะทำให้เกิดปัญหาทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่มาจากจำนวนของสถานที่พักไม่เพียงพอ หรือสถานที่ท่องเที่ยวมีความแออัดต่างๆ เป็นต้น

4. ปัญหาทางการรองรับนักท่องเที่ยว ที่มีปริมาณมากในบางพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่ง เกิดการแออัด และส่งผลทำให้ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกิดความไม่สบายใจ รู้สึกอึดอัด และไม่มีความสุขต่อการมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแห่งนี้

5. ปัญหาทางการเอาใจเปรียบจากกลุ่มผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านอาหาร ที่ขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เกินจริง และมีราคาที่สูงจนเกินไป

6. ปัญหาทางด้านอาชญากรรมต่างๆ ที่ส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

7. ปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตนั้น จากการศึกษาของ ชันยรัศม์ อัจฉริยะฉาย (2555) พบว่า ปัจจุบันภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตนั้น ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในหลายๆ ด้าน และเป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป แต่จังหวัดภูเก็ต ก็ยังประสบกับปัญหาที่สำคัญ คือ ปัญหาความไม่เป็นระเบียบของชายหาด อันก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาทางการข่มขู่และทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดจนปัญหาการเอาใจเปรียบนักท่องเที่ยว การเรียกค่าบริการไม่เป็นธรรมจากรับจ้าง การขายวัตถุอันตราย อาทิ พลุ-โคมลอยให้กับนักท่องเที่ยวตามชายหาด เมื่อจุดแล้วอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป ธุรกิจให้เช่าเรือเจ็ตสกีในแหล่งท่องเที่ยว มีพฤติการณ์เรียกเรือค่าเสียหาย เกินสมควรจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อส่งคืนเรือเจ็ตสกี

ที่เช่า การตั้งป้ายโฆษณาบริเวณชายหาด ถนนและอาคารไม่เป็นระเบียบ-บดบังสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้น ถือว่าส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอย่างมาก และส่งผลต่อเนื่องถึงการที่นักท่องเที่ยวจะเกิดความไม่ประทับใจ และไม่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตต่อไป

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นนั้น ทำให้กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดภูเก็ต (2557: ออนไลน์) ได้มีการจัดทำแผนการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ด้วยกระบวนการ คือ

1. การพัฒนาระบบสารสนเทศ และระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้รองรับต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนการพัฒนาแหล่งน้ำ ให้มีความสะอาดเพิ่มมากขึ้น

2. การพัฒนาและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ลดปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว และป้องกันปัญหาการเกิดอาชญากรรมต่างๆ เป็นต้น

3. การพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้รับทราบ ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ยังมีระบบการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร และขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่ดี อันจะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความเข้าใจอันดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นต้น

แต่กระบวนการในการพัฒนาดังกล่าวนั้น ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาหรือการมีส่วนร่วมของภาคผู้ประกอบการ หากได้รับการแก้ไขและพัฒนา จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกิดมุมมองที่เป็นไปในทางบวก และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น กระบวนการแก้ไขปัญหาที่ดี และมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เรื่อง ทักษะติดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดภูเก็ต เช่น กลุ่มจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ที่มีประสิทธิภาพต่อไปอนาคต

1.2 คำถามเพื่อการวิจัย

1. แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการขาดการดูแล ตรวจสอบ และแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาทางการขายสินค้าเกินราคา ปัญหาอาชญากรรม ที่มีประสิทธิภาพ และจะส่งผล

กระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างไร ?

2. แนวทางการแก้ไขปัญหาของการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีประสิทธิภาพ ควรเป็นอย่างไร ?

3. แนวทางการแก้ไขปัญหาทางด้านขาดการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในด้านการบริการนักท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควรเป็นอย่างไร ?

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต
5. เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 7,216,975 คน

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557: ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ

1. ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ซึ่ง

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (1964) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ร้อยละ 5 หรือมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดเนื้อหาของการวิจัยประกอบด้วย

1. เนื้อหาทางด้านแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ
2. เนื้อหาทางด้านภาพลักษณ์ในการให้บริการต่างๆ
3. เนื้อหาทางด้านจังหวัดภูเก็ต เช่น ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ และลักษณะทางกายภาพต่างๆ
4. เนื้อหาทางด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย
 - 4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ
 - 4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี
 - 4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตทางด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

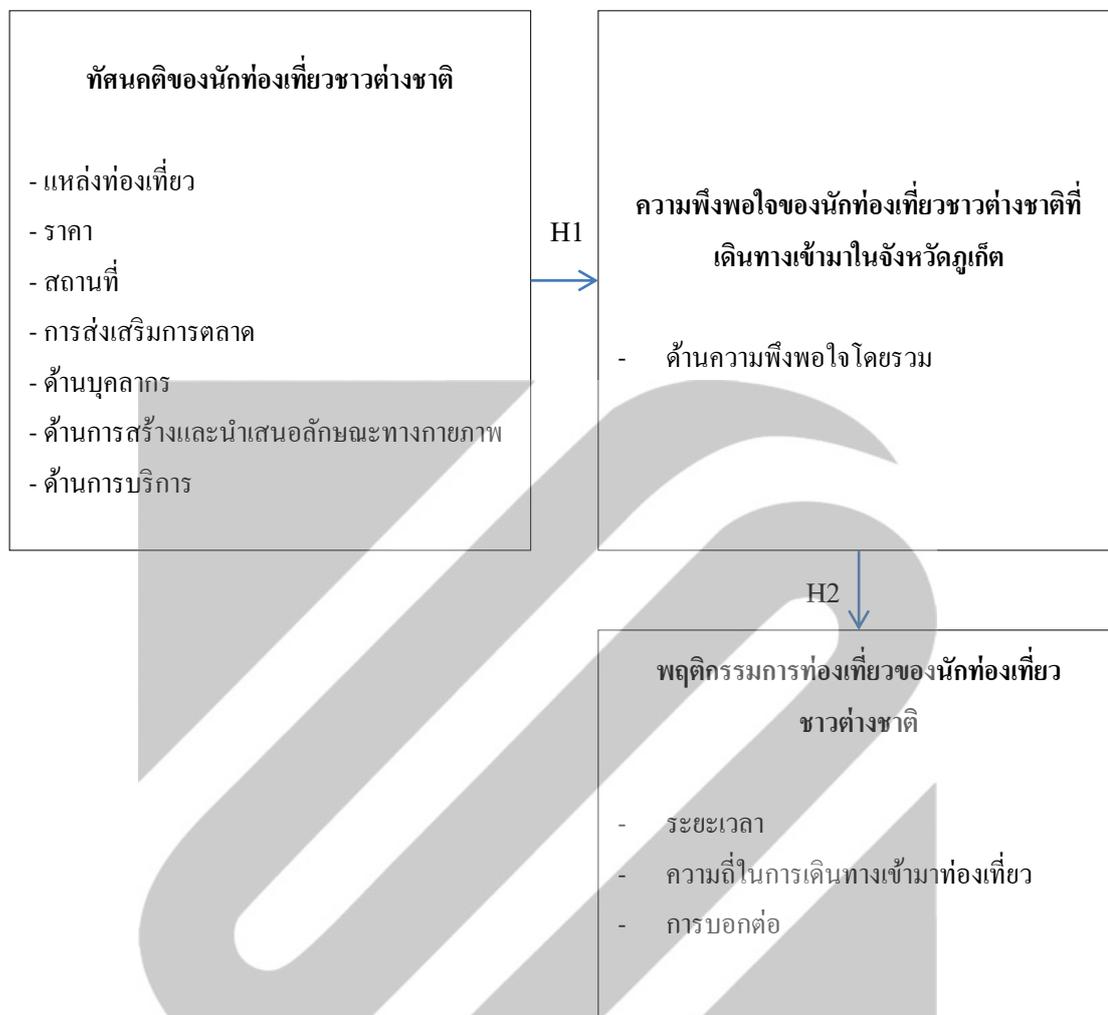
เริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคมพ.ศ.2557 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558(3เดือน)

ขอบเขตด้านสถานที่ จังหวัดภูเก็ต

1.5 สมมติฐานงานวิจัย

1. ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย

ที่มา : ดัดแปลงจาก Kotler ,2003

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยทางด้านสถานภาพ หมายถึง ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ต ได้รับมาแต่กำเนิดหรือได้มาภายหลัง ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรของปัจจัยทางด้านสถานภาพ ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) รายได้ (6) สถานที่พัก

2. ทักษะคิด หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งทางบวกและทางลบ ต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

3. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการตลาด ใน 7 ด้านของการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ (2) ด้านราคา (3) ด้านสถานที่ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากรหรือพนักงาน (6) ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ (7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพต่อสถานประกอบการต่างๆ

4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้มีการแสดงออกมา ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้ ได้มีการกำหนดพฤติกรรมที่สำคัญ คือ (1) พฤติกรรมที่มาจากระยะเวลาที่ท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (2) ความถี่ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (3) การบอกต่อให้กับบุคคลรอบข้าง เพื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

5. ปัจจัยทางการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ หมายถึง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อกระบวนการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจะมีการกำหนดตัวแปรต่างๆ ที่ประกอบไปด้วย (อकिन รพีพัฒน์, 2527)

5.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการค้นหาและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา หมายถึง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต ต่อการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพลักษณ์ที่ดี เช่น การให้ความสำคัญกับการเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างๆ หรือการป้องกันปัญหาอาชญากรรมต่างๆ เป็นต้น

5.2 ด้านการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ถึงสาเหตุและที่มาของปัญหา หมายถึง การที่ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต มีส่วนร่วม เช่น สาเหตุของปัญหาการเอาใจเอาเปรียบ หรือสาเหตุของการเกิดอาชญากรรมต่างๆ

5.3 ด้านการมีส่วนร่วมในการเลือกวิธีการและวางแผนในการแก้ปัญหา หมายถึง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาการเอาใจเอาเปรียบ หรือปัญหาของการเกิดอาชญากรรมต่างๆ

5.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินตามแผน หมายถึง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการที่ดำเนินการตามแผนที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดไว้ เช่น แผนการพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติ หรือแผนที่จังหวัดภูเก็ต กำหนดขึ้นมาก

5.5 ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค และปัจจัยที่มีส่วนทำให้เกิดผลสำเร็จ หมายถึง การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหา และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
2. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
3. ได้ทราบถึงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
4. ได้ทราบถึงทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต
5. ได้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
6. ได้แนวทางสำหรับการพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อสร้างทัศนคติ และความพึงพอใจที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ และกระบวนการบริหารงานต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- 2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
 - 2.6.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ต
 - 2.6.2 สถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต
 - 2.6.3 กลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

1.1 ความหมายของทัศนคติ

กุนทาลี เวชสาร (2550:107) ได้มีการสรุปความหมายเกี่ยวกับคำว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นต่างๆ ที่บุคคลแต่ละคนมีให้ต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไปตามแนวคิดนี้ ทัศนคติจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ (1) ด้านสติปัญญา (Cognitive Component) ที่เป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และมีการผ่านการพิจารณาจากกระบวนการคิดต่างๆ (2) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Component) ซึ่งเป็นทัศนคติที่เกิดขึ้นจากความรู้สึก รัก ชอบเกลียด เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เฉยๆ และอื่นๆ เป็นต้น (3) องค์ประกอบด้านความโน้มเอียงของพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นทัศนคติที่เกิดขึ้นจากความ โอนเองทางความคิด หรือบุคคลต่างๆ เป็นต้น

เอกรมรี คงตางาม (2553: 11) ได้มีการสรุปความหมายเกี่ยวกับคำว่า “ทัศนคติ” หมายถึง การแสดงออกทางด้านอารมณ์ ความนึกคิด และท่าทางต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น คำพูด การกระทำ ซึ่ง

อยู่ภายใต้พื้นฐานของความรู้ ประสบการณ์ที่บุคคลคนนั้นได้รับ

วิทูร์ย์ บุญพร้อม (2554: 10) ได้มีการสรุปความหมายเกี่ยวกับคำว่า “ทัศนคติ” หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ ทั้งเป็นทางบวก และทางลบ โดยบุคคลสามารถแสดงออกได้จากความคิดเห็น หรือการกระทำต่อสิ่งเร้าต่างๆ หรือตามเหตุการณ์ต่างๆ เป็นต้น อันเป็นผลมาจากการรับรู้ของบุคคล และมาจากประสบการณ์ต่างๆ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของทัศนคติ หมายถึง ความคิดที่บุคคลได้มีการแสดงออกมาผ่านการกระทำ หรือไม่กระทำ ทั้งทางบวก และทางลบ ซึ่งบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากความรู้ ประสบการณ์ และการตอบสนองตามการดำเนินชีวิตของบุคคล และส่งผลทำให้เกิดความคิดเห็นที่ต่างๆ เป็นต้น

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

ในการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่างๆ นั้น ได้มีนักวิชาการที่ถือได้ว่าเป็นต้นแบบของแนวคิดของทัศนคติ คือ Newcomb ซึ่งได้มีการนำเสนอแนวคิดต่างๆ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติ ดังต่อไปนี้ Newcomb (1965:ออนไลน์)

1. การจูงใจทางด้านร่างกาย (Biological Motivations) เป็นทัศนคติของบุคคลที่เกิดขึ้นมาจากแรงผลักดันพื้นฐานทางด้านร่างกาย เช่น การที่บุคคลมีสุขภาพร่างกายที่ดี จะส่งผลทำให้บุคคลนั้น มีความคิด มีทัศนคติต่างๆ ที่แจ่มใส มีการมองโลกในแง่ดี เป็นต้น แต่ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลนั้น เป็นบุคคลที่มีสุขภาพร่างกายอ่อนแอ เช่น การได้รับอุบัติเหตุ ความอ่อนแอที่มาแต่กำเนิด ก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากบุคคลแต่ละคน จะไม่สามารถเข้าใจปัญหาต่างๆ ได้เหมือนกัน และมีระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความรู้สึกรู้จักคิดของบุคคล และจากประสบการณ์ที่บุคคลได้รับ

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติต่างๆ นั้น ส่วนหนึ่งบุคคลจะได้รับมาจากความคิดเห็นของบุคคลรอบข้าง เช่น บิดา มารดา เพื่อน เพื่อนร่วมงาน กลุ่มทางสังคมต่างๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของบุคคลทั้งทางตรง และทางอ้อม อันจะส่งผลทำให้บุคคล เกิดความคิดที่เอนเอียงไปกับบุคคลรอบข้างต่างๆ ได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ทัศนคตินั้น สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งทางบวกและทางลบ อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่บุคคลได้รับ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต แล้วประสบกับปัญหาต่างๆ ซึ่งไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลรอบข้าง หรือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก็จะส่งผลกระทบทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้น มีความคิดเห็นหรือมีทัศนคติในทางลบต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

5. ลักษณะท่าทาง (personality) ซึ่งลักษณะท่าทางและการวางตัวของบุคคลต่างๆ นั้น จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีทัศนคติที่ค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น ในการวางตัวของผู้ค้าที่จำหน่ายสินค้าในจังหวัดภูเก็ต เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการ ปรากฏว่า ผู้ให้บริการไม่ยอมให้บริการ หรือมีการพูดจาที่ไม่สุภาพ หรือไม่ให้ความสำคัญกับการบริการ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยว นั้น เกิดทัศนคติทางลบต่อการวางท่าทางหรือลักษณะท่าทางของผู้ให้บริการ เป็นต้น

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกรมรี คงตางาม (2553) วิฑูรย์ บุญพร้อม (2554) และ Newcomb (1965) ทำให้ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติ และสามารถแสดงให้เห็นดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 ที่มาของการเกิดทัศนคติ
ที่มา :เอกรมรี คงตางาม (2553: 8)

จากแผนภาพ ผู้วิจัยพบว่า ทัศนคตินั้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจ และเข้ามาใช้บริการ ซึ่งการแสดงออกทัศนคตินี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สามารถเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับเหตุการณ์ต่างๆ ตามประสบการณ์หรือความคิดเห็นต่างๆ อันจะนำไปสู่กระบวนการคิด และแสดงออกอย่างมีเหตุผล และทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้น เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติในทางบวก หรือทางลบต่อเหตุการณ์หรือสิ่งเร้าต่างๆ ต่อไป และจากการศึกษาของ นวลรัตน์ นูแป (2550:9) พบประเด็นที่สำคัญ คือ ทัศนคติส่วนใหญ่จะ ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

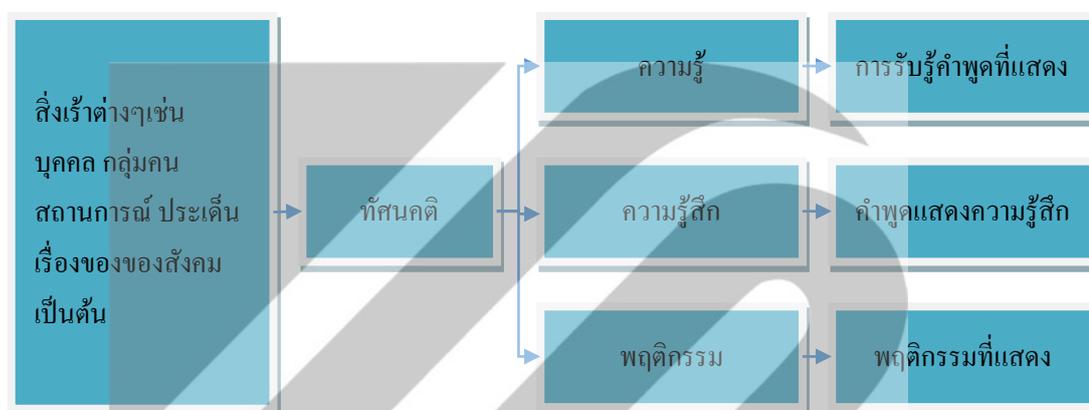
1. องค์ประกอบด้านความรู้ ได้แก่ ความรู้ ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้นๆ หรือจากการความรู้ ประสบการณ์ที่บุคคลต่างๆ ได้รับ

2. องค์ประกอบด้านความรู้ ได้แก่ การแสดงออกถึงอารมณ์ และความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ โดยสิ่งเร้านั้นสามารถเกิดขึ้น และส่งผลต่อทัศนคติทั้งทางบวกและลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับสภาพ

เหตุการณ์ หรือสภาพของการตอบสนองต่างของบุคคล เป็นต้น

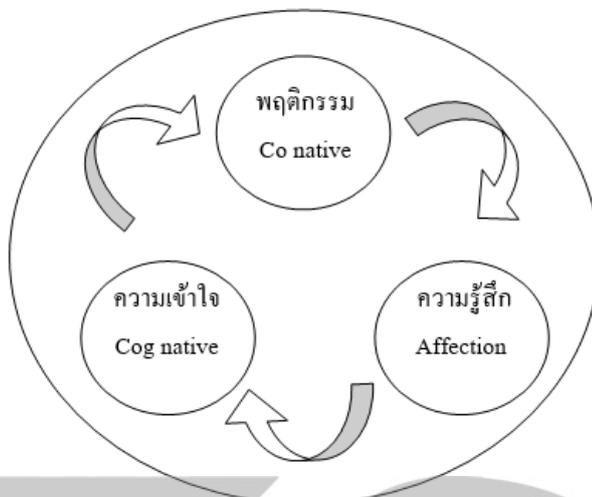
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ได้แก่ การกระทำหรือพฤติกรรมที่บุคคลมีการแสดงต่อสิ่งเร้าต่างๆ ทั้งที่เคยประสบกับสิ่งเร้ามา หรือไม่เคยประสบมา เป็นต้น ซึ่งหากเคยประสบต่อสิ่งเร้ามาแล้ว และสิ่งเร้านั้น เป็นสิ่งเร้าสามารถตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของตนเองได้ สิ่งเร้านั้น ก็จะส่งผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติในทางบวก เป็นต้น แต่ในทางกลับกัน หากสิ่งเร้าไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานได้ ก็จะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติในทางลบต่อไป

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ประการนั้น ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ
ที่มา : คัดแปลงจาก นวรัตน์ นูแป, 2550: 9

ทัศนคตินั้น ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าต่างๆ เช่น บุคคล กลุ่มบุคคล สถานการณ์ หรือเหตุการณ์ต่างๆ เป็นต้น และส่งผลทำให้บุคคลเกิดความรู้ ความรู้ และพฤติกรรมที่แสดงออกมาแตกต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ จึงส่งผลทำให้บุคคลได้รับรู้ และมีทัศนคติที่ต่างกันไป และมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Schiffman & Kanuk (1994: 657) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติ พบว่า เกิดขึ้นจากปัจจัย 3 ประการ คือ (1) พฤติกรรม (2) ความรู้สึก และ (3) ความเข้าใจ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model)

ที่มา: Schiffman & Kanuk, 1994: 657

จากภาพดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior หรือ Doing) เป็นกระบวนการตอบสนองที่บุคคลมีการแสดงออกมาจากความรู้สึก และการเข้าใจ เช่น ความรู้สึกชอบ รัก เกลียด และมีการแปลความหมายออกมาว่า สิ่งเรานั้น เป็นอย่างไร และมีทัศนคติหรือความคิดเห็นในทางบวกหรือลบ อันจะส่งผลทำให้บุคคลนั้นๆ เกิดกระบวนการในการแสดงออกทางด้านความคิด และแสดงออกทางการกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆ เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยจึงจะมุ่งศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งเป็นทัศนคติในทางบวก โดยจัดอยู่ในระดับมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุดต่อตัวแปรและข้อความต่างๆ ต่อไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

กิติมา ปรีดีดิถก (2542:143) ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับความหมาย และความสำคัญต่างๆ ของความพึงพอใจใน ซึ่งถือได้ว่า ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นมาจากความคิดเห็น หรือทัศนคติต่าง ประกอบกับมีนักวิชาการจำนวนมากได้มีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ความหมายความพึงพอใจ

หทัยรัตน์ ประทุมสูตร (2547:61) ได้สรุปความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง กระบวนการที่บุคคลมีการตอบสนองต่อความต้องการของตนเองมากที่สุด เช่น การตอบสนองต่อ

ความต้องการทางด้านร่างกาย ความมั่นคง ความปลอดภัย ซึ่งเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองแล้วก็จะทำให้ร่างกายของตนเอง มีความสุข อันจะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจในทางบวก เป็นต้น

กิติมา ปรีดีดิติก (2542 : 143 - 161) ได้สรุปความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้ให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของตนเอง และบุคคลอื่นๆ ประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของคาร์เตอร์ (Carter) คือ ความพึงพอใจต่อคุณภาพ หรือประสิทธิภาพต่างๆ

2. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของเบนจามิน (Benjamin) คือ ความพึงพอใจต่อความสุขที่ตนเองได้รับ

3. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของเอิร์นเนสท์ (Ernest) และ โจเซฟ (Joseph) คือ ความพึงพอใจจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เป็นต้น

4. ความพึงพอใจตามแนวคิดของจอร์จ (George) และเลโอนาร์ด (Leonard) คือ ความพึงพอใจจากการที่บุคคล สามารถปฏิบัติต่างๆ ได้ประสบความสำเร็จ และตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้

สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง(2545 : 278-279) ได้สรุปความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าต่างๆ และเกิดเป็นความพึงพอใจที่เป็นผลรวมของความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบหรือไม่ชอบต่อสภาพต่างๆ และจะมีทัศนคติเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะความพึงพอใจกับทัศนคติจะไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดเป็นความภูมิใจและได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆตามที่บุคคลนั้นๆ ได้มุ่งหวังไว้

สุรพลวรรณเลิศ(2547 : 111) ได้สรุปความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกความคิดเห็นในลักษณะเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ หรือได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้ และมีการตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลต่อไป

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ และมีการแสดงออกมาในรูปแบบของความคิดเห็น หรือทัศนคติต่างๆ ทั้งทางบวก และทางลบ เป็นต้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจอยู่ 2 ทฤษฎี ที่มาจากการศึกษาของ สมศักดิ์ คงเที่ยงและอัญชลี โพธิ์ทอง(2545 : 161) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ทฤษฎีการสนองความต้องการ ที่เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจที่มาจากพื้นฐานของบุคคลต่างๆ และ(2) ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่มที่เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานของการ

ใช้ชีวิต และการดำรงชีวิตของบุคคลต่างๆเป็นต้น ซึ่งทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ จะมีแนวคิดต่างๆที่สำคัญ คือ

1. กลุ่มความต้องการทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย Maslow, A.H. , Herzberg, F และ Likert R. โดยมองความพึงพอใจงานเกิดจากความต้องการของบุคคลที่ต้องการความสำเร็จ ของงาน และความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทวิตา พลสิทธิ์ (2546 : 31) ที่ได้มีการศึกษาถึงการนำเอาหลักของมาสโลว์ (Maslow) มาตอบสนองต่อความพึงพอใจต่างๆ คือ (1) ความต้องการทางร่างกาย เป็นความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค (2) ความต้องการมั่นคงและปลอดภัย ได้แก่ ความต้องการมีความเป็นอยู่อย่างมั่นคง มีความปลอดภัยในร่างกายและทรัพย์สิน มีความมั่นคงในการทำงาน และมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคง ในสังคม (3) ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ได้แก่ ความภูมิใจ การได้รับความยกย่องจากบุคคลอื่น และ (5) ความต้องการความสำเร็จแห่งตน เป็นความต้องการระดับสูงสุด เป็นความต้องการระดับสูง เป็นความต้องการที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จทุกอย่างตามความคิดของตน เป็นต้น

2. กลุ่มภาวะผู้นำมองความพึงพอใจงานจากรูปแบบและการปฏิบัติของผู้นำที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชากลุ่มนี้ได้แก่ Blake R.R., Mouton J.S. และ Fiedler R.R. เป็นต้น

3. กลุ่มความพยายามต่อรองรางวัล เป็นกลุ่มที่มองความพึงพอใจจากรายได้ เงินเดือนและผลตอบแทนอื่นๆ กลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ (Manchester Business School) เป็นต้น

4. กลุ่มอุดมการณ์ทางการจัดการมองความพึงพอใจจากพฤติกรรมกรรมการบริหารงานขององค์กร ได้แก่ Crozier M. และ Coulter G.M. เป็นต้น

5. กลุ่มเนื้อหาของงานและการออกแบบงานความพึงพอใจงานเกิดจากเนื้อหาของตัวงาน กลุ่มแนวคิดนี้ มาจาก สถาบัน ทาวิสตอค (Tavistock Institute) มหาวิทยาลัยลอนดอน ความพึงพอใจและการวัดความพึงพอใจ เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นกระบวนการที่บุคคลต่างๆ มีแนวคิดจำนวนมาก แต่แนวคิดต่างๆ จะอยู่บนพื้นฐาน คือ การตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างให้บุคคลเกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้น แนวทางการสร้างให้เกิดความพึงพอใจที่ดี และเป็นทางบวกนั้น จะต้องให้ความสำคัญต่อการตอบสนองทางด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้สึกนึกคิดต่างๆ เป็นต้น

การวัดความพึงพอใจ

หัทธรัตน์ ประทุมสูตร (2547 : 14) ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการวัดผล และประเมินผล

ความพึงพอใจ ซึ่งจะต้องใช้เครื่องมือ คือ แบบวัดความพึงพอใจต่างๆ เพื่อให้สามารถบุคคลได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง เช่น การวัดจากระดับความคิดเห็น หรือการวัดจากการสอบถามต่างๆ เป็นต้น ประกอบกับการศึกษาของนวพรพร จันทรคำ (2548 : 71-79) พบประเด็นที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจ คือ (1) ผู้วัดจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวัดต่างๆ อย่างชัดเจน (2) ผู้วัดจะต้องมีการกำหนดปัจจัยทางการวัดอย่างถูกต้องเหมาะสมเช่น การกำหนดข้อคำถามต่างๆ ที่ใช้ในการวัด (3) ผู้วัดจะต้องมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด และโดยปกติแล้ว การวัดความพึงพอใจจะใช้ Likert Scale ด้วยการให้คะแนน ความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยจาก 1 ถึง 5 โดย 5 คือ พอใจมากที่สุด 4 คือ พอใจมาก 3 คือ พอใจปานกลาง 2 คือ พอใจน้อย และ 1 คือ พอใจน้อยที่สุด เป็นต้น (4) ผู้วิจัยจะต้องมีการกำหนดวิธีการวัดวัดความพึงพอใจ เช่น เครื่องมือที่ใช้ สถิติที่ใช้ในการวัดต่างๆ เป็นต้น

ดังนั้น การวัดความพึงพอใจจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญในหลายด้าน และการที่บุคคลมีความรู้สึกพอใจต่อสิ่งใดย่อมส่งผลให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมที่แสดงออกในด้านบวก อาจมีความเชื่อมั่นและต้องการสนองตอบในทางที่ดี ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลที่ดีต่อการกระทำนั้นๆ การวัดความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบได้กับความเข้าใจต่างๆ ไปซึ่งปกติจะวัดได้โดยการสอบถามจากบุคคลที่ต้องการจะถามมีเครื่องมือที่ต้องการจะใช้ในการวัดหลายๆอย่างมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนกำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการวัด กำหนดวิธีการวัด ความพึงพอใจรวมทั้งกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด ปกติแล้ว จะใช้ Likert Scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจในแต่ละระดับ แต่ละปัจจัยจากระดับ 1 ถึงระดับ 5คือมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุดต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, อ้างถึงในกัลยา กมลรัตน์, 2553: 19-20) ได้สรุปว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคมีการคิด การวิเคราะห์ การหาเหตุผล อันจะส่งผลไปสู่การประเมินถึงความต้องการในสินค้าและบริการต่างๆ ของบุคคล และผู้บริโภคภายหลังที่ทำการคิด และวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ครบถ้วนแล้ว ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจว่าจะเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ หรือไม่ รวมถึงภายหลังที่ผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าและบริการแล้ว หากพบว่า สินค้าและบริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังต่างๆ ผู้บริโภคก็จะมีทัศนคติในทางลบ หรือมีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการลดลง และไม่ทำการซื้ออีกในอนาคต

สุกัญญา พยุงสิน (2556: 3) ได้สรุปว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกระบวนการหรือการกระทำต่างๆ ที่ผู้บริโภคได้มีการปฏิบัติ เช่น การตัดสินใจซื้อสินค้า การตัดสินใจใช้บริการ หรือการพิจารณาถึงประโยชน์ และความต้องการที่จะได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้นๆ

สุภาพร พุ่มสิโล (2556: 1) ได้สรุปว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลต่างๆ ที่มี การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยจะมีองค์ประกอบที่สำคัญใน คือ กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และกระบวนการในการประเมินทางเลือกต่างๆ ที่ ผู้บริโภคมีความต้องการ เป็นต้น

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2557) ได้สรุปว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการแสดงออกของบุคคล ต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกใช้สินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ เป้าหมายของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อ ความต้องการของผู้บริโภค และประโยชน์ของการ นำสินค้าและบริการไปใช้

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมที่ บุคคลต่างๆ ได้รับรู้ และได้ตระหนักมาจากองค์ประกอบทางด้านต่างๆ เช่น จากการทดลองใช้ สินค้า การซื้อสินค้า ข้อดี และข้อเสียของการซื้อสินค้าและบริการ อันจะส่งผลทำให้ผู้บริโภค เกิด การตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ ในการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลของพฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) จะพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต่างๆ จะต้องให้ ความสำคัญ และมีความตระหนักต่อสินค้าและบริการของตน เพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบในการ แข่งขันต่างๆ เป็นต้น รวมถึงจะทำให้องค์กร สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขัน และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ มากยิ่งขึ้น และตามการศึกษาของเจลิเมเกียรติ สูงสว่าง (2552: 9-13) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ของผู้บริโภค 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นจากสาเหตุต่างๆ เช่น สาเหตุของการซื้อสินค้าและบริการ
2. พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ ที่มาจากปัจจัยทาง ภายนอกของตัวบุคคล เช่น ปัจจัยทางด้านสถานภาพทางสังคม เพื่อให้บุคคลสามารถแสดง พฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้มากยิ่งขึ้น

3. พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นมาจากจุดมุ่งหมายของตนเอง โดยมนุษย์นั้นจะมีการแสดง พฤติกรรมต่างๆ ที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของตน เช่น ความต้องการทางด้านอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิต เป็นต้นมีความ สอดคล้องกับการศึกษาของสิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546 : 193) ที่ได้ได้ศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค โดยอ้างอิงมาจากคำแปลของ Philip Kotlerที่ได้กำหนดหลักการและแนวคิดทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้หลัก 6Ws และ 1 H คือ Who?, What?, Why?, Who?, When?, Where? และ How? เป็นต้น ซึ่งหลัก 6WIH ดังกล่าวนั้น เป็นหลักที่ได้รับการยอมรับจากนักวิชาการต่างๆ

ทั่วโลก โดยมีองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในตลาดคือใคร ? (Who is in Target Market) ซึ่งในการศึกษาร้านนี้ จะเป็นการศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ต่างๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส รวมถึงสถานภาพอื่นๆ เป็นต้น

2. อะไรความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ (What does the Consumer Buy) ซึ่งตามการศึกษาจะพบว่า ผู้บริโภคจะมีการพิจารณาถึงความต้องการของตน ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ว่า มีคุณสมบัติตามความต้องการของตนเอง

3. เหตุผลของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ (Why does the Consumer Buy) ซึ่งผู้บริโภคจะต้องพิจารณาว่า มีเหตุผลในการซื้อสินค้าต่างๆ อย่างไร เช่น ทำไมจะต้องซื้อสินค้าและบริการที่แห่งนี้

4. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in the Buying) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อของบุคคลรอบข้างของผู้บริโภค เช่น กลุ่มบุคคลที่เป็นครอบครัว คนรัก เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือแม้กระทั่งหัวหน้างาน เป็นต้น

5. เวลาในการซื้อสินค้าและบริการ (When does the Consumer Buy) ซึ่งในการซื้อสินค้าและบริการ โดยร้านค้าต่างๆ จะต้องให้ความสำคัญกับช่วงเวลาในการจัดทำอาหาร เช่น การเพิ่มปริมาณอาหารในช่วงเที่ยววัน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ที่มาใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เป็นต้น

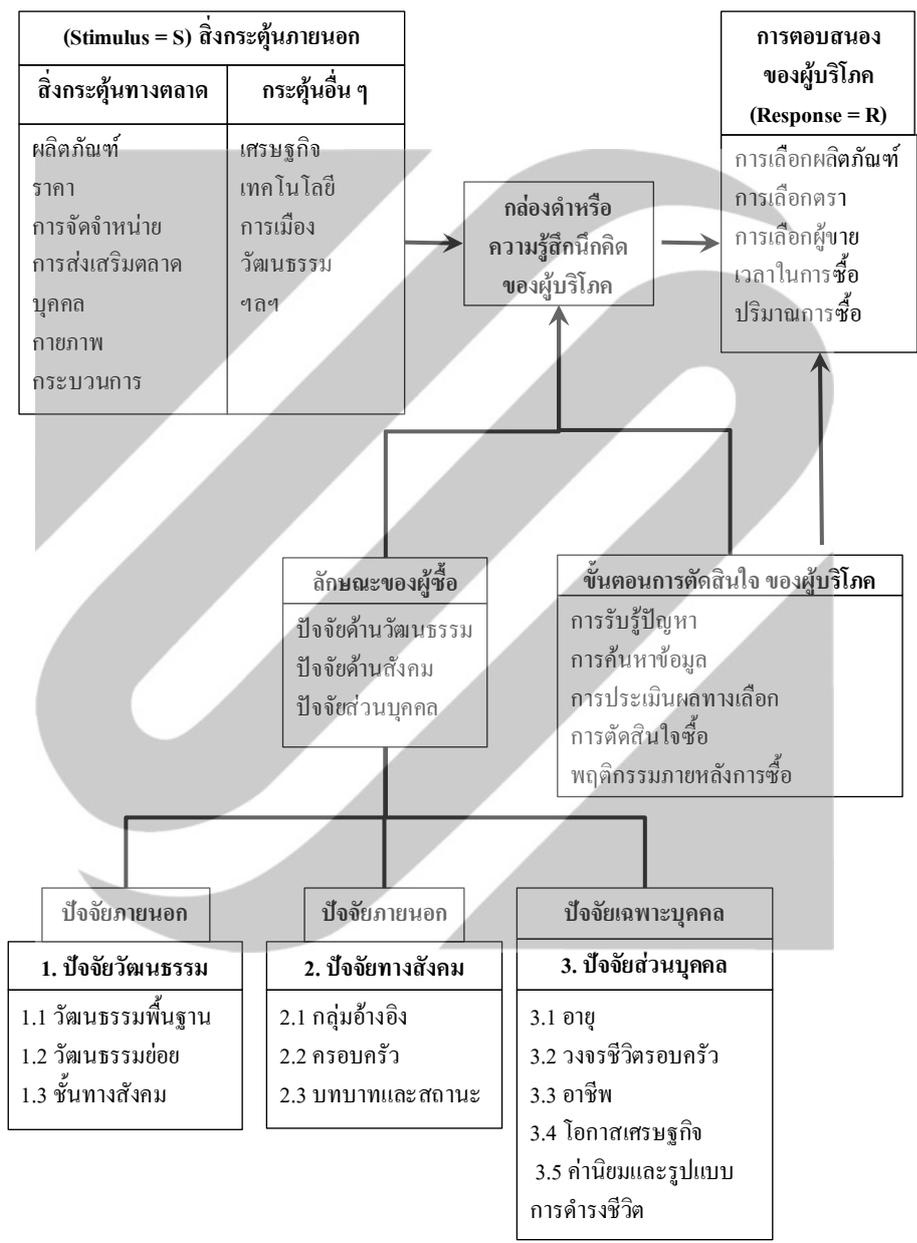
6. สถานที่ในการซื้อ (Where does the Consumer Buy) โดยสินค้าและบริการ จะต้องมีการจัดตั้งร้าน ให้อยู่ในตำแหน่งที่ได้เปรียบต่อการแข่งขัน และอยู่ในแหล่งชุมชน หรือแหล่งของศูนย์การค้าต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภค ไม่ต้องเดินทางไกลเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้ออย่างไร (How does the Consumer Buy) โดยสินค้าและบริการ จะต้องมีการจัดรูปแบบของการซื้อที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้จัดทำการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น จะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ ดังนั้น ในการบริหารงานสินค้าและบริการก็ควรจะต้องมีการนำเอาหลักพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น มาใช้ในการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคให้มากที่สุด และสามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อจัดทำรูปแบบกลยุทธ์ในการบริหารสินค้าและบริการ ให้มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

แนวคิดตามทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 196 – 199,อ้างถึงในกัลยา กมลรัตน์, 2553: 20-21) ได้ทำการศึกษาถึงแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคตาม Model S-R Theory พบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ นั้น เป็นผลมาจากความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) และสิ่งกระตุ้นทางการตลาด(Situation) ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังแผนภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546 : 198, อ้างถึงในกัลยา กมลรัตน์, 2553: 20

ตามภาพที่ 2.4 ข้างต้นนั้น เป็น Model S-R Theory ที่Kotlerได้มีการนำเสนอไว้ในทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และมียอดประกอบที่สำคัญใน 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) เป็นตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นภายนอกของผู้บริโภค ซึ่งตามการศึกษาดังกล่าวนั้น จะมียอดประกอบที่สำคัญของสิ่งกระตุ้นภายนอก แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด อันได้แก่ หลักส่วนประสมทางการตลาด 7P ของ Kotler ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ซึ่งเป็นการศึกษาตามหลัก PEST Analysis ต่างๆ อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น

2. การตอบสนองของผู้บริโภค(response) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจว่า สินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อมานั้น มีคุณค่า และมีการตอบสนองต่อความต้องการของตนหรือไม่ โดยในการตอบสนองของผู้บริโภค จะมีปัจจัยที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (2) การเลือกตรา (3) การเลือกผู้ขาย (4) เวลาในการซื้อ (5) ปริมาณการซื้อ เป็นต้น

นอกกรอบแบบ Model S-R Theory ที่ได้นำเสนอมานี้ ผู้ทำการศึกษา ยังพบประเด็นที่สำคัญของการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค คือ กล่องดำ (Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค อันเป็นผลมาจากปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค โดยตัวแปรนี้ เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ในการตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการศึกษาถึงวัฒนธรรมพื้นฐานต่างๆ ของกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน

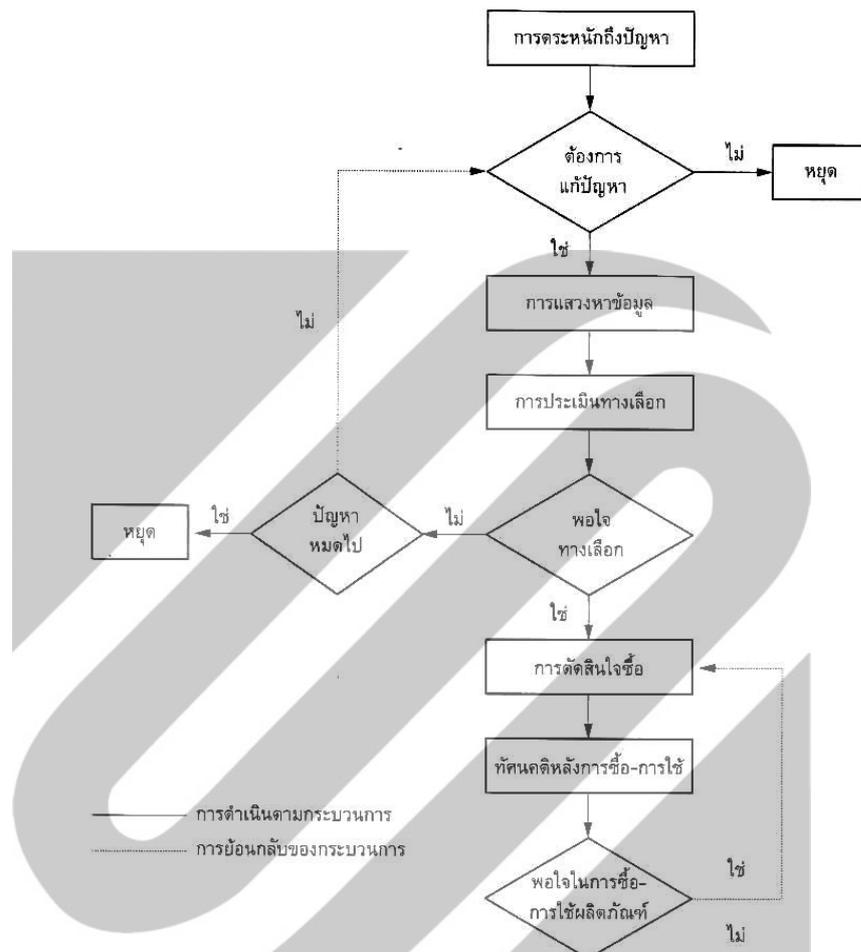
1.2 ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังของผู้บริโภค เช่น สถานของครอบครัว สถานในการทำงาน เป็นต้น

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพที่ผู้บริโภคได้มา เช่น อายุ อาชีพ รายได้ ค่านิยมในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงปัญหาต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ โดยผู้บริโภคอาจจะทำการค้นหาข้อมูลว่า สินค้าและบริการมีข้อดี มีจุดเด่น จุดด้อย เป็นอย่างไร ประกอบการผู้บริโภคจะมีการประเมินทางเลือกว่า หากมีการซื้อสินค้าและบริการในร้านค้าแห่งนี้ จะทำให้ผู้บริโภคเองได้รับสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการ

ต้องการของตนเองหรือไม่ และหากผู้บริโภคมีการประเมินว่าสินค้าและบริการก็จะทำการตัดสินใจซื้อ และใช้สินค้าบริการนั้นๆ ซึ่งจะเป็นพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นต้น

การศึกษาดังกล่าวข้างต้น มีความสอดคล้องกับการศึกษาของแคเรีย ภูพัฒน์ (2551: 11-12) ซึ่งสามารถแสดงขั้นตอนต่างๆ ได้ตามแผนภาพต่างๆ ดังนี้



ภาพที่ 2.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ดัดแปลงจาก แคเรีย ภูพัฒน์, 2551: 11

จากแผนภาพดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น หากผู้บริโภคมีทัศนคติในทางบวกต่อสินค้าและบริการที่ได้ซื้อไปนั้น ก็จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าซ้ำหรือซื้อสินค้าและบริการต่อไป แต่หากเกิดทัศนคติในทางลบ ก็จะทำให้ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวในโอกาสต่อไป และมีความสอดคล้องกับแนวคิด Medel S-R Theory แต่มีกระบวนการที่แตกต่างกันในบางประเด็น คือ รูปแบบของการนำเสนอตามรูปแบบของ สืบชาติ อันทะไชย (2552) จะพบว่า ในพฤติกรรมผู้บริโภค จะมุ่งเน้นที่การตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

สูงสุด โดยเริ่มต้นจากการที่บุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เช่น สินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนสิ่งกระตุ้นทางการตลาดอื่นๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้ซื้อ จนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นกระบวนการหรือการกระทำของบุคคลากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับอิทธิพลมาจากการสัมผัส หรือการรับรู้ หรือเกิดขึ้นจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติเอง (Tourist's Covert Behavior) และได้แบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญทั้งสิ้น 7 ประการ คือ

1. การกำหนดเป้าหมายหมายถึง พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีการแสดงออกมาจากการกระทำ หรือตามแบบแผนที่ตนเองเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างๆ เป็นต้น

2. ความพร้อมหมายถึงความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น ความพร้อมทางด้านกายภาพ ด้านอาคาร ด้านสถานที่ เพื่อทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สถานการณ์ หมายถึงเหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น หากเกิดพายุขึ้นมา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการแจ้งเตือนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับทราบ และควรจะมีการนำเสนอสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ปลอดภัยต่อไป

4. การแปลความหมายหมายถึงการที่หน่วยงาน และองค์กรต่างๆ จะต้องมุ่งศึกษาและพยายามตีความหมายของนักท่องเที่ยว หรือตีความถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวให้มากที่สุด เช่น ความต้องการทางด้านอาหารการกิน ความต้องการที่จะใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

5. การตอบสนองคือการตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้มีการเลือกเข้ามาท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้องต่อการมาท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ เป็นต้น

6. ผลลัพธ์ที่ตามมาคือความพึงพอใจทางบวก และความพึงพอใจทางลบของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ ซึ่งหากมีการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ไม่เพียงพอ ก็จะทำให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวังคือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง หรือการได้รับการดูแลที่ไม่เหมาะสม ไม่เป็นธรรม ซึ่งจะส่งกระทบต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยอนาคตได้

ดังนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว จึงควรให้ความสำคัญ และร่วมกันสร้างเสริมให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ถูกต้อง เป็นธรรม เพื่อส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทยในอนาคต

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler, 2003) ได้มีการนำเสนอเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการองค์การทางการค้าต่างๆ เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน และทำให้อุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน 7 หลัก ซึ่งสามารถแสดงได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.6 ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา: Kotler, 2003

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** คือ สินค้าและบริการ ที่จำหน่ายอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ที่จะมุ่งเน้นทางด้านบริการแบบสินค้าต่างๆ ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหาร เพื่อให้สินค้าและบริการ มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ให้มากที่สุด

2. **ราคา (Price)** คือ มาตรฐานของเงินตราต่างๆ ที่มีต่อสินค้าและบริการประเภทต่างๆ ซึ่งจะต้องมีการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ ที่ผู้ประกอบการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** คือ สถานที่ต่างๆ ที่สถานประกอบการได้มีการตั้งขึ้นมา โดยให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของร้านค้า จะต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมกับเป้าหมาย ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญในหลายๆ ด้าน เช่น ช่องทางในการจัดจำหน่าย ที่จะต้องมีความสะอาด สวยงาม มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภค และควรมีการจัดทำระบบการจำหน่ายเป็นแบบหลายเคาน์เตอร์ให้บริการ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคไม่ต้องมาต่อคิวเป็นเวลานาน

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** คือ กระบวนการต่างๆ ที่ร้านค้าหรือสถานประกอบการจะต้องมีการสร้างให้ผู้บริโภค เกิดแรงจูงใจในการเข้ามาใช้บริการ หรือเกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยใช้รูปแบบ เช่น การโฆษณา (Advertising) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างง่ายต่อการให้บริการของลูกค้า และส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ ว่า ทางร้านมีสินค้าและบริการอะไรบ้าง เป็นต้น และมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อ เช่น การใช้รูปแบบการมอบสิทธิพิเศษ สำหรับการซื้อ หรือมอบสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นต้น

2.5 **บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง (Participants/People)** เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการต่างๆ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานที่จุดชำระเงิน หรือพนักงานที่ทำหน้าที่เป็นพอร์ทัล เป็นต้น และพนักงานหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีความรักในงานบริการ และเป็นผู้ที่มีความรู้ในตำแหน่งของตนเองเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถตอบข้อซักถามหรือตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด

2.6 **การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence Presentation)** เป็นการศึกษาเพื่อทำให้สถานประกอบการ มีบรรยากาศภายในร้านที่มีความสวยงาม มีความสะอาด ทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการเข้ามาใช้บริการ หรือทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่า ตนเองมีการเข้ามาในสถานประกอบการที่สวยงาม สะดวก สบาย เป็นต้น

2.7 **กระบวนการให้บริการ (Procedure)** เป็นกระบวนการที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องใช้วิธีการบริการประเภทต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการ

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงจะมุ่งศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด ที่จะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมบุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ และตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

วันชัย วัฒนศัพท์ (2546:1) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือคนในชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงานจัดการในองค์ประกอบต่างๆ ร่วมกัน ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้ สามารถนำไปใช้ในหลายๆ ภาคส่วน เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน และการมีส่วนร่วมยังเป็นผลที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารต่างๆ สูงสุด

สรฤทธ จันสุข (2557) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เข้าไปมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมหรือการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันและกัน เช่น ในการกำหนดนโยบายการบริหารงาน หรือการกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ เป็นต้น

จุฑารัตน์ ชมพันธุ์ (2555:127) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่บุคคลในระดับต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการในภาระงานใด ภาระงานหนึ่ง และเป็นการศึกษาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร่วมกัน เพื่อทำให้เกิดการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของทุกฝ่าย เป็นต้น

จากความหมายของการมีส่วนร่วมดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการตามภารกิจ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่จะส่งผลทำให้กลุ่มบุคคลนั้น ตอบสนองต่อความมุ่งหวัง และความต้องการของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดที่สำคัญของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมนั้น มีนักวิชาการจำนวนมากได้ให้แนวคิด และหลักการที่สำคัญของการมีส่วนร่วม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จุฑารัตน์ ชมพันธุ์ (2555:126 – 130) ได้มีการสรุปแนวคิดที่สำคัญตามหนังสือที่มีชื่อว่า “ The Public Participation Handbook: Making Better Decisions through Citizen Involvement”

ดังต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการบริหารงาน หรือการบริหารประเทศต่างๆ เพื่อให้บุคคลหรือประชาชนเกิดความร่วมมือร่วมใจในการบริหารงานต่างๆ แต่กระบวนการที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่ดีได้นั้น จะต้องอาศัยองค์ประกอบในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร ที่จะต้องทำในรูปแบบ 2 ทาง คือ มีผู้รับสาร และผู้ส่งสาร เป็นต้น

2. การออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการที่มีหลักการและแนวทางที่สำคัญ คือ

2.1 ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่บุคคลต่างๆ จะต้องมีการประชุม แลกเปลี่ยนเพื่อให้เกิดส่วนร่วมในการบริหารงานต่างๆ และในการตัดสินใจนั้น จะต้องอาศัยความตกลงในของผู้เข้ามามีส่วนร่วมต่างๆ โดยมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ของเป้าหมายต่างๆ สูงสุด

2.2 ขั้นที่ 2 การวางแผนกระบวนการ (Process Planning) เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกิจกรรม หรือกระบวนการทำงานต่างๆ ร่วมกัน และมีการแบ่งหรือจัดสรรหน้าที่การทำงาน ที่จะส่งผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆ แบบบูรณาการ

2.3 ขั้นที่ 3 การปฏิบัติตามแผน เป็นขั้นตอนที่กลุ่มบุคคลต่างๆ จะต้องมีการปฏิบัติตามแผนที่ได้มีการระบุไว้ และการปฏิบัติตามแผน จะต้องอาศัยความเต็มใจของกลุ่มบุคคลต่างๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

การศึกษาดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมจะต้องอาศัยกระบวนการของกลุ่มบุคคลในระดับต่างๆ เข้ามาร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมกันพัฒนาเพื่อให้ตอบสนองต่อเป้าหมายของการมีส่วนร่วมสูงสุด และสอดคล้องกับการศึกษาของวันชัย วัฒนศัพท์ (2546:2) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการของการกระจายอำนาจ เพื่อให้ผู้มีอำนาจเหนือกว่า (power over หรือ power against) สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่จะต้องอาศัยกระบวนการที่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ มีการส่งเสริมการคิด มีการส่งเสริมการปฏิบัติ เพื่อให้ผู้มีอำนาจ สามารถอยู่ในตำแหน่งต่างๆ ได้อย่างยั่งยืน และสามารถสร้างแรงจูงใจ และความพึงพอใจให้กับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาได้ เป็นต้น

การมีส่วนร่วมดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่า การมีส่วนร่วมจะมีประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานในระดับสูง และระดับล่าง ประกอบกับจะทำให้เกิดการได้รับประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย แต่การมีส่วนร่วมนั้น นอกจากจะมีประโยชน์ข้างต้นแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการที่รัฐจะต้องจัดสรรเพื่อให้เกิดความสงบสุข เกิดความเรียบร้อย และเกิดประสิทธิภาพในการบริหาร โดยจะมีขอบข่ายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย

1. การมีส่วนร่วมการศึกษาค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน
2. การมีส่วนร่วมในการคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนา เพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมในการวางแผนนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรมเพื่อจัดและแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของชุมชน เป็นต้น
4. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. การมีส่วนร่วมในการจัดหรือปรับปรุงในระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. การมีส่วนร่วมในการลงทุนในกิจกรรมของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเอง
7. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามนโยบายแผนงาน โครงการและกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
8. การมีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้จากบุคคลภายนอกหรือองค์กรต่างๆ ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอकिन รพีพัฒน์ (2527:20) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น หากต้องการให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน หรือบริหารประเทศสูงสุด จะต้องอาศัยหลักการที่สำคัญ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ถึงสาเหตุและที่มาของปัญหา
3. การมีส่วนร่วมในการเลือกวิธีการและวางแผนในการแก้ปัญหา
4. การมีส่วนร่วมในการดำเนินตามแผน
5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค และปัจจัยที่มีส่วนทำให้เกิดผลสำเร็จ

ซึ่งการศึกษาของอकिन รพีพัฒน์ (2527) ข้างต้น สามารถนำมาใช้ในกาบริหาร หรือการบริหารงานของการมีส่วนร่วมขององค์กรทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนได้ เพราะเป็นหลักการที่ง่ายต่อการนำไปใช้งาน และง่ายต่อการสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของบุคคล กลุ่มบุคคล ประชาชนต่างๆ เป็นต้น และการศึกษาดังกล่าว ยังมีความสอดคล้องกับการศึกษาของอรทัย ก๊กผล (2552:17-19) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงาน เช่น ทางด้านการเมืองต่างๆ พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของบริบททางการเมืองต่างๆ และเกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งประชาชน (Public Participation) จะสามารถเข้ามา

บริหารงาน และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของภาครัฐต่างๆ และประชาชนจะมีอิสระในการคิด รวมถึงมีอิสระในการกระทำ ซึ่งจะส่งผลทำให้ประชาชน และภาครัฐได้รับผลประโยชน์ คือ

1. ประชาชนเกิดเจตจำนงในตนเองและถือเป็นภาระหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือชุมชนที่ตนอยู่
2. ประชาชนเกิดการร่วมมือกันคิด และวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ
3. ประชาชน เกิดการวางแผน และปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานต่างๆ ที่ภาครัฐได้ระบุไว้
4. ประชาชนเกิดการร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ด้วยความเต็มใจ และเต็มศักยภาพที่มีอยู่
5. ประชากรสามารถติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อทำให้ทราบถึงปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น
6. ประชากรสามารถตรวจสอบถึงปัญหา/อุปสรรคในการบริหารงานหรือทำงานต่างๆ ได้
7. ประชาชนได้รับผลประโยชน์ร่วมกับภาครัฐ และชุมชน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมจะส่งผลดีและประโยชน์ให้กับหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน และประชาชน เนื่องจากการมีส่วนร่วมจะสามารถช่วยทำให้เกิดการวางแผนการปฏิบัติงานที่รัดกุม เกิดกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ สามารถลดภาระงาน แรงงาน รวมถึงสามารถทำให้ประชาชนในสังคมต่างๆ เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่รัฐบาล หรือภาครัฐกำหนดขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ต

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต (2557) ได้มีการกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ต คือ “ภูเก็ต” ได้มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีที่บ้านกมลา อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งได้ขุดพบเครื่องมือหินและขวานหินเป็นการแสดงให้เห็นว่ามี มนุษย์อาศัยในดินแดนแถบนี้ไม่ต่ำกว่า 3,000 ปี มาแล้ว และได้มีหลักฐานการ กล่าวถึงดินแดนในแถบนี้อีกครั้ง เมื่อปี พ.ศ.700 หรือคริสต์ศตวรรษที่ 2 ในบันทึกของนักเดินเรือ ชื่อ คลอดิอุสโปโตเลมี กล่าวถึงผืนดินหรือแผ่นดินในส่วนนี้ว่า แหลมตะโกลา เป็นผืนดินที่ถูกดันออกมาทางใต้กลายเป็นแหลมยาวๆ อยู่ส่วนปลายสุดของจังหวัดพังงา อันเนื่องมาจากการเคลื่อนไหวของรอยเลื่อน ของเปลือกโลกขนาดใหญ่ ที่เรียกว่า รอยเลื่อนคลองมารุย (Klong Marui Fault) ซึ่งวางตัวเป็นแนวยาวจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีและพังงา ลงมาทางทิศตะวันออกของภูเก็ต ต่อมาได้ถูกคลื่นลมในทะเลกัดเซาะ และตัดพื้นที่ดังกล่าวนี้ ออกจากผืนแผ่นดินใหญ่ จนกลายเป็นเกาะโดยเกิดร่องน้ำระหว่างจังหวัดภูเก็ตและพังงาขึ้น ที่เรียกว่า

ช่องแคบปากพระ (เป็นร่องน้ำแคบ ๆ โดยส่วนที่ลึกที่สุดลึกเพียง 8-9 เมตร) ในปัจจุบัน

สำหรับการเรียกขานภูเก็ตของชาวต่างประเทศ ในอดีตนอกจากจะมีปรากฏในบันทึก เมื่อปี พ.ศ.700 ของนักเดินเรือ คอลดิวสโตเลมี ที่เรียกผืนดินในบริเวณนี้ว่า แหลมตะ โกลา แล้ว ได้มีปรากฏหลักฐานการกล่าวถึง ผืนดินในบริเวณนี้อีกครั้ง จากบันทึก และแผนที่การเดินทางเรือมาเอเชีย ตะวันออก ของชาตยุโรป ระหว่างพ.ศ.2054-2397 เรียกผืนดินนี้ว่า จังซีลอน นอกจากนี้ ได้มีหลักฐานเกี่ยวกับการเรียกขาน ผืนดินนี้ของชาวทวีปในปี พ.ศ.1568 ว่า มณิคราม หมายถึง เมืองแก้ว ซึ่งมีความหมายตรงกับชื่อ ภูเก็ต ที่ปรากฏในจดหมายเหตุเมืองกลาง ฉบับที่ 1 ในปีพ.ศ .2328 และได้มีการเรียกขานเรื่อย ๆ จนกลายเป็น ภูเก็ต ซึ่งได้ปรากฏในราชกิจจานุเบกษา มาตั้งแต่ พ.ศ.2450 เป็นต้นมา ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ชื่อของจังหวัดภูเก็ตที่ได้มีการกล่าวขานตั้งแต่ในอดีตจนกระทั่งปัจจุบันนั้น ประกอบด้วย แหลมตะ โกลา มณิคราม จังซีลอน ภูเก็ต และภูเก็ต ซึ่งในบางครั้งได้มีการเรียกขานว่า สิลัน ถลาง และทุ่งคร่วมด้วย

สถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต

ตามการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า จังหวัดภูเก็ต มีสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงภาพรวมสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูล	2008	+/- (%)	2009	+/- (%)	2010	+/- (%)	2011	+/- (%)	2012	+/- (%)
นักท่องเที่ยว	-	-	-	-	5,471,218		9,467,248	73.04	10,789,647	13.97
ไทย	-	-	-	-	965,192	-	2,844,472	194.71	3,233,542	13.68
ต่างประเทศ	-	-	-	-	4,506,026	-	6,622,776	46.98	7,556,105	14.09
นักท่องเที่ยว	-	-	-	-	5,120,761	-	8,891,039	73.63	10,211,885	14.86
ไทย	-	-	-	-	815,096	-	2,600,462	219.04	2,994,910	15.17
ต่างประเทศ	-	-	-	-	4,305,665	-	6,290,577	46.10	7,216,975	14.73
นักท่องเที่ยวที่	-	-	-	-	350,457	-	576,209	64.42	577,762	0.27
เดินทาง										
ไทย	-	-	-	-	150,096	-	244,010	62.57	238,632	-2.20
ต่างประเทศ	-	-	-	-	200,361	-	332,199	65.80	339,130	2.09
ระยะเวลาที่พัก (วัน)										
ไทย	-	-	-	-	4.26	-	4.33	-	4.46	-
ต่างประเทศ	-	-	-	-	2.88	-	2.98	-	3.00	-

ตารางที่ 2.1 แสดงภาพรวมสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต (ต่อ)

ข้อมูล	2008	+/- (%)	2009	+/- (%)	2010	+/- (%)	2011	+/- (%)	2012	+/- (%)
ราคาต่อบุคคลใน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การพักต่อวัน										
นักท่องเที่ยว	-	-	-	-	4,896.83	-	4,827.50	-1.42	4,964.25	2.83
ไทย	-	-	-	-	2,868.09	-	3,118.38	8.73	3,279.38	5.16
ต่างประเทศ	-	-	-	-	5,154.62	-	5,265.81	2.16	5,386.15	2.29
นักท่องเที่ยว	-	-	-	-	4,935.30	-	4,862.09	-1.48	4,996.49	2.76
ไทย	-	-	-	-	2,905.01	-	3,146.54	8.31	3,310.41	5.21
ต่างประเทศ	-	-	-	-	5,180.27	-	5,293.20	2.18	5,411.58	2.24
นักท่องเที่ยวที่	-	-	-	-	2,503.82	-	2,514.20	0.41	2,422.53	-3.65
เดินทาง										
ไทย	-	-	-	-	2,290.80	-	2,225.13	-2.87	2,109.02	-5.22
ต่างประเทศ	-	-	-	-	2,663.39	-	2,726.53	2.37	2,643.15	-3.06
จำนวนเงิน (ล้านบาท)										
นักท่องเที่ยว	-	-	-	-	108,446.18	-	188,822.46	74.12	228,984.88	21.27
ไทย	-	-	-	-	7,159.80	-	24,895.31	247.71	30,291.58	21.68
ต่างประเทศ	-	-	-	-	101,286.38	-	163,927.15	61.85	198,693.30	21.21

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557: ออนไลน์

จากตารางดังกล่าวข้างต้น ทำให้พบว่า ปัจจุบัน จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.97 และมีจำนวนเงินที่เข้ามาสู่จังหวัดภูเก็ต จากปีพ.ศ. 2553 จนถึงปีพ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 21.27 หรือประมาณ 228,984.88 ล้านบาท

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต จากการศึกษาของกลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด (2557) ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ในภาพรวม ดังต่อไปนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดฯ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอันดามันให้เชื่อมโยงและเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน (Product/Supply)

2. การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการเพื่อรักษานักท่องเที่ยวเดิมและเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Marketing/Demand)

3. การพัฒนากลไกการจัดการในด้านต่างๆ เป็นต้น

ซึ่งตามกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้พัฒนามีความมุ่งหวังเพื่อทำให้จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในทะเลอันดามัน รวมถึงศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก โดย

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ได้แก่ (1) พัฒนาและจัดการกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานระดับสากล (Destination Development) (2) การสร้างการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (Tourism Cluster Linkage) (3) การสนับสนุนฐานการผลิตสำหรับภาคการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (Supporting Base for Tourism Cluster) ด้วยการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้แก่ (1) เร่งสร้างจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันร่วมกัน (Product Positioning) (2) เร่งสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกทางการท่องเที่ยวต่อประชาคมโลก (Re-Branding) (3) สนับสนุนการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษานักท่องเที่ยวเดิม (4) พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ (5) สนับสนุนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยการจัด Road show และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (6) สนับสนุนการดำเนินการตลาดการท่องเที่ยวแบบพันธมิตรกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น โดยการปรับโครงสร้างพื้นฐานให้จังหวัดภูเก็ตมีคุณภาพสู่มาตรฐาน สากลและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้แก่ (1) การเร่งพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้มีมาตรฐาน เพื่อตอบสนองต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2) เร่งพัฒนาศักยภาพองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถวางแผนการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่วางอยู่บนฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาอันดามัน (3) พัฒนาชุมชนอันดามันสู่การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (4) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอันดามัน เพื่อสร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของร่วมกัน (5) สร้างเครือข่ายการจัดการความรู้ทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านและประเทศคู่ค้าสำคัญ (6) เร่งพัฒนาฐานเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เพื่อสนับสนุนให้มีภาวะเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยยกระดับมาตรฐานด้านการบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรด้านการ

ท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล เป็นต้น

จากกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และศึกษางานวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต อันจะส่งผลทำให้จังหวัดภูเก็ต เกิดประสิทธิภาพในการท่องเที่ยว และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อไป

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

สิทธิโชค เดชภิบาล (2554) ได้ทำวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ป่าชายเลน : ศึกษาเฉพาะชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต โดยงานวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นบ้านป่าคลอก และบ้านบางลา ตำบลป่าคลอก อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต ว่ามีพัฒนาการ ระดับการมีส่วนร่วม เหตุผลของการมีส่วนร่วมผลหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร และในศึกษาบทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่าประชาชนในตำบลป่าคลอกเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม ลักษณะนิสัยเป็นคนเอาใจจริงเอาใจ รวมกลุ่มกันเหนียวแน่น สามารถรวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวมด้วยดีตลอดมา อันเป็นทุนทางสังคมที่ทำให้ประชาชนออกมามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวมอยู่ในระดับสูง ประกอบกับวิถีชุมชนของคนตำบลป่าคลอกนั้นมีความผูกพันกับป่าชายเลน ทำให้ทราบถึงความสำคัญหรือคุณประโยชน์ของป่าชายเลน จึงมีแนวคิดที่จะต้องอนุรักษ์ป่าชายเลนไว้ตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเริ่มแรกการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชนบ้านป่าคลอกและชุมชนบ้านบางลามีเป้าหมายเพื่อเข้าจัดการแก้ปัญหาการบุกรุกป่าชายเลน โดยได้ร่วมกันคิด ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น และเลือกวิธีการแก้ไขปัญหาระยะยาวเพื่อป้องกันมิให้ป่าชายเลนถูกทำลายเพิ่มเติม และฟื้นฟูป่าชายเลนส่วนที่ถูกทำลายไป มีการวางแผนทำกิจกรรมในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และป้องกันรักษาป่าชายเลนในชุมชนแบ่งภาระหน้าที่ออกเป็น 2 ด้านคือ (1) ด้านการฟื้นฟูป่าชายเลนที่ถูกทำลายไปแล้ว และ (2) การป้องกันรักษามิให้ป่าชายเลนถูกทำลายเพิ่มเติม แล้วทำกิจกรรมทั้งสองด้านควบคู่กันไป ทำให้สามารถป้องกันรักษามิให้ป่าชายเลนถูกทำลายเพิ่มเติมได้อย่างเด็ดขาด และสามารถติดตามเอาพื้นที่ป่าชายเลนที่ถูกบุกรุก

ทำลายไปแล้วกลับคืนมาปลูกป่าเพิ่มเติมได้ ประกอบกับ ปัจจุบันชาวตำบลป่าคอกได้รวมตัวกัน จัดทำโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าชายเลนในตำบลป่าคอกขึ้นมาในลักษณะกิจกรรม ถาวร โดยมีองค์กรเข้าร่วมในการดำเนินงานกว่าสิบองค์กร และสามารถสร้างเครือข่ายชุมชนชายฝั่ง ทะเลอันดามันเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งผลที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นทำให้ สามารถปกป้องทรัพยากรธรรมชาติผืนป่าชายเลนให้รอดพ้นจากการถูกบุกรุกทำลาย คงไว้ซึ่ง ระบบนิเวศของป่าชายเลนให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ถึงรุ่นลูกหลานต่อไป ทั้งยังส่งผลให้ชาวชุมชน ขยายตัวออกไปดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและส่วนรวมอื่นๆ อีกจำนวนมาก จนได้เป็นชุมชน ต้นแบบแก่ชุมชนท้องถิ่นอื่นในจังหวัดภูเก็ตทำให้ภาครัฐในจังหวัดภูเก็ตต้องหันมาส่งเสริม กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือต้องกำหนดเป็นนโยบายท้องถิ่นอย่างเป็นทางการ รวมถึง ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบลป่าคอกได้ผลักดันให้ประชาชนในชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม ตั้งแต่ระดับการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้ข้อเท็จจริงและตัดสินใจ แสดงความคิดเห็น ในลักษณะการประชุมสาธารณะเพื่อเสนอแผนงานเป็นแผนชุมชน มีการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน ทำให้ระดับ การมีส่วนร่วมของประชาชนในตำบลป่าคอกอยู่ในระดับดี แต่อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาพบว่ายังคงมี ปัญหาและอุปสรรคอีกบางประการที่จะต้องแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติมเพื่อให้การมีส่วนร่วมของ ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นในตำบลป่าคอก อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต มีประสิทธิภาพและ สัมฤทธิ์ผลตามหลักการมีส่วนร่วมและรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

ราวี ซามิ (2553) ได้ทำวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยการวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการมีส่วนร่วม ทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสภาพภูมิหลังของผู้นำ ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.902 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด ภูเก็ต จำนวน 291 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน การวิเคราะห์แบบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least significance difference (LSD) ผลการศึกษา พบว่า 1. ผู้นำ ท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาสูงสุดระดับ ปริญญาตรี ประกอบอาชีพหลักรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท 2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยอันดับที่ 1 คือ ด้านการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ใน ระดับมาก อันดับที่ 2 คือ ด้านการติดตามข่าวสารทางการเมือง มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับ

ปานกลาง อันดับที่ 3 คือ ด้านความสนใจทางการเมือง มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ ด้านการลงสมัครรับเลือกตั้ง มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 5 คือ ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับน้อย อันดับสุดท้าย คือ ด้านการดำรงตำแหน่งทางการเมือง มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับน้อย 3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) สมมติฐานที่ 1 ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (2) สมมติฐานที่ 2 ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (3) สมมติฐานที่ 3 ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (4) สมมติฐานที่ 4 ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (5) สมมติฐานที่ 5 ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (6) สมมติฐานที่ 6 ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

จารุ มณีรัตน์ (2547) ได้ทำวิจัย เรื่อง โครงการ การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ในทุกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทาง (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมสันทนาการ (Activity) สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination facilities and amenity) ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจัดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่ควรได้รับการศึกษา เพราะภาพลักษณ์หรือมโนภาพที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการเลือกเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าพื้นที่สามจังหวัดมีทั้งความแตกต่างและคล้ายคลึงของภาพลักษณ์ในแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่น จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แต่มีภาพลักษณ์ในเชิงลบในด้านความสงบของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพสิ่งแวดล้อม รวมถึงความเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ในขณะที่จังหวัดกระบี่มีจุดเด่นใน

ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสงบและความเป็นมิตรของผู้คน โดยมีจุดด้อยในด้านความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และจังหวัดพังงามีจุดเด่นในด้านความสงบของสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะต่อการพักผ่อน แต่มีจุดด้อยในส่วนของความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมสันทนาการ นอกจากนี้ ทั้งสามจังหวัดต่างมีจุดด้อยที่คล้ายคลึงกันในส่วนองผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ดังนั้น งานวิจัยได้นำเสนอจุดแข็งที่เหมาะสมของทั้งสามจังหวัด รวมถึงแผนการพัฒาที่เหมาะสม เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มสามจังหวัด

สมชาย ปรีกมาส (2549) ได้ทำวิจัย เรื่อง การประเมินโครงการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยจังหวัดภูเก็ต ซึ่ง การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประเมินโครงการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาค้นคว้าคือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ช่วยเหลือ และผู้รับเหมา ประกอบการก่อสร้างศูนย์ช่วยเหลือ รวมทั้งสิ้น 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือแบบสัมภาษณ์ระดับลึก เก็บข้อมูลโดยการสังเกตและสัมภาษณ์ระดับลึก วิเคราะห์ข้อมูลเชิง คุณภาพโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ผลการวิจัยพบว่า 1. ผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการ ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ดังนี้ 1) การอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ มีการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัย โดยเฉพาะในตอนกลางคืน 2) การสร้างความ เชื่อมั่นและส่งเสริมภาพลักษณ์การรักษาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในการทำงานของเจ้าหน้าที่ มีความเชื่อมั่นในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจาก เป็นเมืองท่องเที่ยว 3) การเตรียมความพร้อมในการดำเนินการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตประชาชนมีความพึงพอใจในระดับสูงสุด ได้แก่ มีการเตรียมความพร้อมตลอด 24 ชั่วโมง มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และมีการตรวจสอบนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต 4) การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ประชาชนมีความ พึงพอใจในระดับสูงสุด ได้แก่ มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา 24 ชั่วโมง แต่บางครั้ง การดำเนินงานก็ไม่ต่อเนื่องเพราะมีศูนย์ช่วยเหลือไม่ทั่วจังหวัด และมีการนำผู้ที่ได้รับอุบัติเหตุ ไปส่งยังโรงพยาบาลและติดตามจนกว่าจะหาย 5) การประสานความร่วมมือของหน่วยงานภายในและภายนอกพื้นที่ เพื่อปฏิบัติงานร่วมศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและทันท่วงที ประชาชน มีความพึงพอใจต่อการประสานงานที่ดีทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน มีการประสานงานที่ดี ทั้งในจังหวัด

และนอกจังหวัด 6) การตอบสนอง ต่อนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดและประเทศ ประชาชนมีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ การตอบสนองต่อนโยบายการท่องเที่ยวที่ดีเนื่องจาก เป็นเมืองท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และในส่วนของประชาชน มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยว 7) การติดตาม ประเมินและรายงานผลการดำเนินงาน ได้แก่ ไม่มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามเฉพาะในช่วงแรก ๆ และมีการเขียนรายงานเพื่อรวบรวมข้อมูลไว้ดูภายหลัง และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การติดตามอาการ ของผู้ประสบภัยจนกว่าจะหาย 2. ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินโครงการ คือ 1) ประชาชนมีความพึงพอใจน้อยมาก ต่อการแก้ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม 2) เจ้าหน้าที่ใช้ภาษาในการสื่อสารได้ไม่ดี เท่าที่ควร 3) เจ้าหน้าที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับประเพณีของชาวต่างชาติ 4) เจ้าหน้าที่ไม่มีความชำนาญในการใช้เครื่องมือ และ 5) เจ้าหน้าที่บางคนมีความเห็นแก่ตัว 3. จุดอ่อน/จุดแข็งของโครงการ คือ 1) จุดอ่อนได้แก่ ความล่าช้าในการทำงาน เนื่องจากต้องรอคำสั่งจากผู้บริหาร จำนวนเจ้าหน้าที่มีน้อยเกินไป การช่วยเหลือผู้ประสบภัยยังดำเนินการไม่เต็มที่ อาทิ ขาดความรู้ความสามารถในการปฐมพยาบาล และเจ้าหน้าที่บางคนมีความเห็นแก่ตัว 2) จุดแข็งได้แก่ การเตรียมพร้อม ต้นตัวอยู่ตลอดเวลา สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับ นักท่องเที่ยว และการบริการที่เสมอภาคทั้งประชาชนและนักท่องเที่ยว

4. แนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานโครงการคือ 1) ควรมีการจัดซื้ออุปกรณ์ รุ่นใหม่มาใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ 2) รมณรงค์ให้มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน 3) นำอาสาสมัครในพื้นที่มาร่วมปฏิบัติงาน 4) จัดหางบประมาณจ้างบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ 5) ฝึกอบรมด้านภาษาให้กับเจ้าหน้าที่ 6) สร้างท่าเทียบเรือและเปิดศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มเติม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและทัศนคติต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

เกตุวดี ขอบเจริญ (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับ น้อยที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากรตามลำดับ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไทยไม่ค่อย พึงพอใจต่อระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต ทั้ง 4 ด้านต่างๆ ของหาดในยาง เพราะความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับน้อยที่สุด และยังแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการจัดการในด้านต่างๆ คือ 1. ด้านสภาพแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย และรายด้านอยู่ใน

ระดับมาก จำนวน 1 ประเด็น คือ ความสะอาดของชายหาดในยาง อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ประเด็น คือ ความสะอาดของน้ำทะเล อยู่ในระดับน้อย จำนวน 1 ประเด็น คือ ความสะอาดในการเข้าถึงหาดในยาง และที่เหลืออยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 3 ประเด็น คือ ความเป็นระเบียบของการจัดตั้งถังขยะ ความสะอาดของทางเดินเท้า และความสว่างของบริเวณชายหาดในยางในยามค่ำคืนตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของหาดในยางนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

2. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ประเด็น คือ ความร่มรื่นของบริเวณชายหาด อยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ประเด็น คือ ความสะอาดในการเดินซื้อสินค้า/อาหารบริเวณทางเท้าหาดในยาง ความเพียงพอของร้านอาหาร ความเพียงพอและความเหมาะสมของสถานที่จอดรถ ตามลำดับ และอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 5 ประเด็น คือ ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องอาบน้ำ ความเหมาะสมทำเลที่ตั้งของโทรศัพท์ ความสะดวกของการแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉิน ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปจุดต่างๆ และความเพียงพอของม้านั่งพักผ่อนบริเวณชายหาด ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของหาดในยางนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

3. ด้านการบริหารจัดการ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และรายด้านอยู่ในระดับน้อย จำนวน 1 ประเด็น คือ การจัดระเบียบห้องน้ำ – ห้องอาบน้ำ และที่เหลืออยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 6 ประเด็น คือ การจัดการดูแลเรื่องขยะบริเวณชายหาดในยาง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหาดในยาง การจัดระเบียบร้านอาหารบริเวณทางเดินเท้า การรักษาความปลอดภัยบริเวณชายหาดในยาง การดูแลรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สินบริเวณชายหาดในยาง และการเฝ้าระวังอุบัติเหตุทางน้ำบริเวณชายหาดในยางตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การจัดการด้านการบริหารจัดการของหาดในยางนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

4. ด้านบุคลากร โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านบุคลากร โดยรวม อยู่ในระดับน้อยที่สุด และรายด้านอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 5 ประเด็น คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหาดในยาง เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดี เจ้าหน้าที่ให้การอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และเจ้าหน้าที่ในส่วนให้บริการทั่วไป มีเพียงพอตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการจัดการด้านบุคลากรของชายหาดในยางนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

พรหมศิวะพัลลภ พรพิชญ์ และคณะ (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อคือ 1) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การ

ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่ และ 2) เพื่อทราบปัญหา และ อุปสรรค ของแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่รวบรวมอยู่ในกรอบการวิจัย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังต่อไปนี้คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การคมนาคมขนส่งและ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมสันทนาการต่างๆ (Activities) และ สิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) ประกอบกับปัจจัยหลักของความพึงพอใจ คือ คุณภาพการบริการ คุณภาพสินค้า และราคา เป็นองค์ประกอบสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้จากนักท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกือบทุกผลิตภัณฑ์ในทั้งสามจังหวัดจัดว่าอยู่ในกลุ่มระดับ พอใจ ที่พัก (Accommodation) เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นที่พึงพอใจมากที่สุดของทั้งสามจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภูเก็ต และ กระบี่ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสามจังหวัดโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่ากระบี่ และกระบี่มากกว่าพังงา ตามลำดับ ซึ่งเจ้าบ้านก็มีความเห็นสอดคล้องกับความเห็นของ นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าทั้งสาม จังหวัด มีปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวหลายประการที่คล้ายกัน โดยเฉพาะปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เสนอข้อเสนอแนะให้ทั้งสามจังหวัดร่วมกันทำการปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นจุดอ่อนเพื่อสนองตอบต่อความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยตามเนื้อหาต่างๆ ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือ
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างเชิงปริมาณ และคุณภาพ ที่ผู้วิจัยได้มีการจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาข้อมูลต่างๆ แบ่งออกเป็น

1. เชิงปริมาณ เป็นการศึกษาจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน
2. เชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาจากการสังเกตพฤติกรรม และการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการวิเคราะห์ถึงบทสัมภาษณ์ต่างๆ เป็นต้น

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติ อันจะนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์ และอภิปรายผลต่อไป

3.2 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 1 คน (2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร (3) มัคคุเทศก์ จำนวน 2 คน (4) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว จำนวน 1 คน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 7,216,975 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557:ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ

1. ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 1 คน (2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร (3) มัคคุเทศก์ จำนวน 2 คน (4) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว จำนวน 1 คน เนื่องจากตามการศึกษาของอकिनร์พีพัฒน์ (2527) และอรรถย ก๊กผล (2552:17-19) ที่ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาใด ปัญหาหนึ่งนั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคประชาชน และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยมีการคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการและบุคลากรที่มาจากภาครัฐ โดยแบ่งตามบทบาทหน้าที่ คือ ผู้จัดการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้สนับสนุนให้เกิดความถูกต้องของข้อมูลในงานวิจัยต่อไป

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (1964) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ร้อยละ 5 หรือมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ตามสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (Allowable Error)

ซึ่งหากการกำหนดระดับ ผู้วิจัยจะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 จะมีค่าเท่ากับ 399 คน แต่เพื่อให้เกิดความถูกต้องของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ผู้วิจัยจะใช้จำนวนประชากรสูงสุด คือ 400 คน ต่อไป

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. เชงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ ประกอบด้วย (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต (2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

โดยมีรายละเอียดของเครื่องมือต่างๆ ดังนี้

1.1 แบบสอบถาม

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งแบบสอบถามจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางด้านสถานภาพ

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- ระดับการศึกษา
- รายได้
- เชื้อชาติ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ
- ราคา
- สถานที่
- การส่งเสริมการตลาด
- บุคลากรหรือพนักงาน
- กระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ
- สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต

- ด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ
- ด้านขั้นตอนการให้บริการ
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- ระดับความคิดเห็นของท่านต่อภาพรวมต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- ระยะเวลาที่ท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
- ความถี่ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
- การบอกต่อให้กับบุคคลรอบข้าง เพื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

การทดสอบหรือการสร้างแบบสอบถามในครั้งนี้นั้น ผู้วิจัยมีกระบวนการในการสร้างและทดสอบแบบสอบถาม คือ

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ กับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

2. ผู้วิจัยทำการสร้างข้อคำถามต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

3. ผู้วิจัยนำข้อคำถามต่างๆ ที่สร้างขึ้นไปให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณา และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาต่างๆ

4. ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาไปทำการปรับปรุงข้อคำถามต่างๆ เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงของเนื้อหามากยิ่งขึ้น

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านตรวจสอบ คือ

5.1 ดร. ตะวัน วิกรัยพัฒน์ ตำแหน่งอาจารย์พิเศษ
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

5.2 ดร. พุฒิธร จิรายุส ตำแหน่งอาจารย์พิเศษ
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

5.3 ดร. ณรงค์ชัย เฟ็งสถิตย์ ตำแหน่ง เจ้าของกิจการบริการนักท่องเที่ยว

ในการตรวจสอบนั้น ผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์ คือ

- 1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าคำถามในแบบสอบถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาของการวิจัย

0 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญ ไม่มีความคิดเห็นต่อข้อคำถามต่างๆ ในการวิจัย

1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าคำถามในแบบสอบถามสอดคล้องกับเนื้อหาของการวิจัย

6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทดสอบเครื่องมือ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฯ กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Alpha) และหากค่าอัลฟา มีมากกว่า 0.50 ขึ้น ไปซึ่งมีค่า คือ 0.963 แสดงว่าแบบสอบถามในครั้งนี้อาจนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 400 คนต่อไป

2. เซึ่งคุณภาพ

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต จะมีเนื้อหาที่สำคัญ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบคือ

1. เนื้อหาเกี่ยวกับการปัญหาของการส่งเสริมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

2. เนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการแก้ไขปัญหาที่จะทำการส่งเสริมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

3. เนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

4. เนื้อหาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน 2) ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 4 คน และ 3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆ จากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามการศึกษาในตัวแปรที่สำคัญ คือ 1) การมีส่วนร่วม 2) ภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ 3) ข้อมูลประเภทธุรกิจบริการ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เช่น ประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ตสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต รวมถึงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ (จำนวนคน) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งจะมีความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1.1 ค่าร้อยละ เป็นค่าที่จะทำการศึกษาว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความคิดเห็นต่อข้อคำถามต่างๆ อยู่ในระดับร้อยละเท่าใด

1.2 ค่าความถี่ (จำนวนคน) เป็นค่าที่จะทำการศึกษาว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความคิดเห็นต่อข้อคำถามต่างๆ สอดคล้องกันจำนวนกี่คน

1.3 ค่าเฉลี่ย เป็นค่าที่จะทำการศึกษาว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนมีความคิดเห็นในข้อคำถามนั้นๆ อยู่ในระดับใด โดยกำหนดให้

1.00 – 1.80	แปลผล อยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	แปลผล อยู่ในระดับน้อย
2.61 – 3.40	แปลผล อยู่ในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	แปลผล อยู่ในระดับมาก
4.21 – 5.00	แปลผล อยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นค่าที่จะทำการศึกษาว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ถึงแนวโน้มของข้อคำถามนั้นๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติอนุมานหรือสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ซึ่งจะมีความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลทางด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 7 P และข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต และตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดวิธีการเชิงคุณภาพ เพื่อทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์คำพูด วลี รวมถึงความสอดคล้องต่างๆ ของผู้ประกอบการต่อเนื้อหาใน 5 ด้าน คือ (1) การค้นหาและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา (2) การวิเคราะห์ถึงสาเหตุและที่มาของปัญหา (3) การเลือกวิธีการและวางแผนในการแก้ปัญหา (4) การดำเนินตามแผน (5) การประเมินผล วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค และปัจจัยที่มีส่วนทำให้เกิดผลสำเร็จ เพื่อที่จะนำมาสู่การอภิปรายผล และนำไปเป็นข้อเสนอแนะของการวิจัยต่อไป

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามองค์ประกอบต่างๆ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านข้อมูลส่วนบุคคล
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านข้อมูลทางด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต
4. ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
5. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำเสนอได้ดังตารางต่อไปนี้

ตอนที่ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนคน	ร้อยละ
ชาย	158	39.50
หญิง	242	60.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	44	11.00
25-35 ปี	63	15.75
36-45 ปี	102	25.50
46-55 ปี	140	35.00
มากกว่า 56 ปีขึ้นไป	51	12.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีอายุระหว่าง 46-55 ปีมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ต่อมา คือ อายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ต่อมา คือ อายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และอายุต่ำกว่า 25 ปี น้อยที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามหน้าที่การงาน

หน้าที่การงาน	จำนวนคน	ร้อยละ
พนักงาน	34	8.50
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	157	39.25
ธุรกิจส่วนตัว	149	37.25
พ่อบ้านแม่บ้าน	35	8.75
นักเรียน/นักศึกษา	23	5.75
อื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 ต่อมา คือ พ่อบ้านแม่บ้าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ต่อมา คือ พนักงาน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ต่อมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	37	9.25
ปริญญาตรี	249	62.25
ปริญญาโท	108	27.00
ปริญญาเอก	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ต่อมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกระดับรายได้

ระดับรายได้	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 US\$	6	1.50
1,000-2,000 US\$	119	29.75
2,000-4,000 US\$	169	42.25
Higher than 4,001 US\$	106	26.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ มีระดับรายได้โดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ 2,000-4,000 US\$ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมา คือ ระดับรายได้ 1,000-2,000 US\$ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ต่อมา คือ ระดับรายได้สูงกว่า 4,001 US\$ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และรายได้ต่ำกว่า 1,000 US\$ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านข้อมูลทางด้านทัศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ

ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล	ลำดับ
1. อาหารที่ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต มีความสะอาด	3.575	0.742	มาก	4
2. อาหารมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ	3.570	0.772	มาก	5
3. จังหวัดภูเก็ต มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	3.608	0.791	มาก	3
4. จังหวัดภูเก็ต มีระบบการให้บริการที่ดี	3.510	0.785	มาก	7
5. จังหวัดภูเก็ต มีสถานที่พักต่างๆ ให้เลือกอย่างหลากหลาย	3.663	0.816	มาก	1
6. จังหวัดภูเก็ต มีการจัดแบ่งโซนหรือพื้นที่ต่างๆ อย่างชัดเจน	3.545	0.842	มาก	6
7. จังหวัดภูเก็ต มีป้ายแสดงรายละเอียดต่างๆ ของจังหวัดอย่างครบถ้วน	3.655	0.826	มาก	2
8. อาหารมีรสชาติที่อร่อย	3.485	0.826	มาก	8
รวม	3.576	0.651	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 สามารถสรุปได้ว่า ในภาพรวมทางด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.576$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ (1) จังหวัดภูเก็ต มีสถานที่พักต่างๆ ให้เลือกอย่างหลากหลาย ($\bar{X} = 3.663$) (2) จังหวัดภูเก็ต มีป้ายแสดงรายละเอียดต่างๆ ของจังหวัดอย่างครบถ้วน ($\bar{X} = 3.655$) (3) จังหวัดภูเก็ต มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ($\bar{X} = 3.608$) และลำดับสุดท้าย คือ อาหารมีรสชาติที่อร่อย ($\bar{X} = 3.485$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	การแปล	ลำดับ
		มาตรฐาน	ผล	
9. สถานประกอบการต่างๆ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน	3.653	0.862	มาก	3
10. สถานประกอบการมีการให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.508	0.813	มาก	5
11. สถานประกอบการมีระบบการชำระเงินด้วยระบบออนไลน์	3.685	0.865	มาก	1
12. สถานประกอบการมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเงินสดต่างๆ	3.655	0.945	มาก	2
13. สถานประกอบการมีการตั้งราคาที่ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.530	0.923	มาก	4
Total	3.606	0.717	มาก	-

จากตารางที่ 4.7 สามารถสรุปได้ว่า ในภาพรวมทางด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.606$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคิดเห็นมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ (1) สถานประกอบการมีระบบการชำระเงินด้วยระบบออนไลน์ ($\bar{X} = 3.685$) (2) สถานประกอบการมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเงินสดต่างๆ ($\bar{X} = 3.655$) (3) สถานประกอบการต่างๆ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.653$) และลำดับสุดท้าย คือ สถานประกอบการมีการให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{X} = 3.508$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	การแปล	ลำดับ
		มาตรฐาน	ผล	
14. จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่ทั่วถึงและอำนวยความสะดวก	3.693	0.869	มาก	1
15. จังหวัดภูเก็ต สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ อย่างสะดวก	3.598	0.899	มาก	3
16. จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ	3.630	0.748	มาก	2
รวม	3.640	0.704	มาก	-

จากตารางที่ 4.8 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.640$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ (1) จังหวัดภูเก็ต สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ อย่างสะดวก ($\bar{X} = 3.598$) (2) จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.630$) (3) จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่ทั่วถึงและอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.693$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล	ลำดับ
17. สถานประกอบการ มีส่วนลดผ่านช่องทางการจับจ่ายผ่านบัตรเครดิต	3.520	0.952	มาก	4
18. สถานประกอบการ มีการจัดโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เป็นจุดใจให้เกิดการซื้อ	3.553	0.987	มาก	1
19. สถานประกอบการ มีการจัดสินค้าต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน	3.538	0.903	มาก	3
20. สถานประกอบการ มีการจัดระบบส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก	3.543	0.892	มาก	2
21. สถานประกอบการ มีของสมนาคุณมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ	3.440	0.642	มาก	5
รวม	3.519	0.709	มาก	-

จากตารางที่ 4.9 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.519$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ (1) สถานประกอบการ มีการจัดโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เป็นจุดใจให้เกิดการซื้อ ($\bar{X} = 3.553$) (2) สถานประกอบการ มีการจัดระบบส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก ($\bar{X} = 3.543$) (3) สถานประกอบการ มีการจัดสินค้าต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.538$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สถานประกอบการ มีของสมนาคุณมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ($\bar{X} = 3.440$)

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
จำแนกตามด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล	ลำดับ
1. พนักงานมีทักษะในการให้บริการ	3.365	0.737	ปานกลาง	4
2. พนักงานมีระบบการบริหารจัดการสถานประกอบการที่มี ประสิทธิภาพ	3.393	0.735	ปานกลาง	3
3. พนักงานมีการพูดจาที่ไพเราะ ชัดเจน	3.725	0.878	มาก	1
4. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	3.575	0.785	มาก	2
5. พนักงานตอบคำถาม และนำเสนอรายการสินค้าได้อย่าง ถูกต้อง	3.330	0.966	ปานกลาง	5
6. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง	3.203	1.100	ปานกลาง	6
รวม	3.432	0.654	มาก	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าเฉลี่ยของด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.432$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ตามค่าเฉลี่ย คือ (1) พนักงานมีการพูดจาที่ไพเราะ ชัดเจน ($\bar{X} = 3.725$) (2) พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด ($\bar{X} = 3.575$) (3) พนักงานมีระบบการบริหารจัดการสถานประกอบการที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.393$) และลำดับสุดท้าย คือ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 3.203$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ

ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล	ลำดับ
1. สถานประกอบการ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม	3.368	0.985	ปานกลาง	5
2. สถานประกอบการมีระบบการสั่งอาหารที่รวดเร็ว	3.940	0.817	มาก	1
3. สถานประกอบการปรุงอาหารรวดเร็ว	3.598	0.929	มาก	3
4. สถานประกอบการมีการกำหนดบัตรคิว เพื่อความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	3.758	0.928	มาก	2
5. สถานประกอบการมีการส่งพนักงานให้มาแนะนำสินค้า และบริการต่างๆ	3.548	0.796	มาก	4
รวม	3.642	0.680	มาก	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติในภาพรวมของด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.642$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) สถานประกอบการมีระบบการสั่งอาหารที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.940$) (2) สถานประกอบการมีการกำหนดบัตรคิว เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.758$) (3) สถานประกอบการปรุงอาหารรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.598$) (4) สถานประกอบการมีการส่งพนักงานให้มาแนะนำสินค้าและบริการต่างๆ ($\bar{X} = 3.548$) (5) สถานประกอบการ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.368$)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล	ลำดับ
1. สถานประกอบการมีความสะอาด	3.133	0.898	ปานกลาง	1
2. สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.230	0.924	ปานกลาง	2
3. สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น	3.250	0.851	ปานกลาง	3
4. สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสมกับร้าน	3.365	0.902	ปานกลาง	4
5. สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โตะ แก้ว เป็นต้น	3.433	0.862	มาก	5
รวม	3.282	0.739	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมของด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.282$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับ คือ (1) สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โตะ แก้ว เป็นต้น ($\bar{X} = 3.433$) (2) สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสมกับร้าน ($\bar{X} = 3.365$) (3) สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.250$) และลำดับสุดท้าย คือ สถานประกอบการมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.133$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำแนกเป็นด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามด้านการให้บริการของสถาน
ประกอบการต่างๆ

ด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล	ลำดับ
1. สถานประกอบการมีความสะอาด	3.310	0.864	ปานกลาง	2
2. สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.238	0.871	ปานกลาง	1
3. สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศ ต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น	3.413	0.854	มาก	3
4. สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสม กับร้าน	3.613	0.717	มาก	4
5. สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โต้ะ แก้ว เป็นต้น	3.760	0.754	มาก	5
รวม	3.467	0.624	มาก	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของ
ด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.467$) และเมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยเรียงลำดับ
ตามค่าเฉลี่ย คือ (1) สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โต้ะ แก้ว
เป็นต้น ($\bar{X} = 3.760$) (2) สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสมกับร้าน ($\bar{X} =$
3.613) (3) สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น ($\bar{X} =$
3.413) และลำดับสุดท้าย คือ สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.238$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามด้านขั้นตอนการให้บริการ

ด้านขั้นตอนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	การแปล	ลำดับ
		มาตรฐาน	ผล	
1. สถานประกอบการมีความสะอาด	3.725	0.745	มาก	2
2. สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.800	0.725	มาก	1
3. สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น	3.438	0.770	มาก	5
4. สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสมกับร้าน	3.580	0.711	มาก	4
5. สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โต้ะ แก้ว เป็นต้น	3.613	0.747	มาก	3
รวม	3.631	0.559	มาก	-

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านขั้นตอนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.631$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ (1) สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.800$) (2) สถานประกอบการมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.725$) (3) สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โต้ะ แก้ว เป็นต้น ($\bar{X} = 3.613$) และลำดับสุดท้าย คือ สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.438$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	การแปล	ลำดับ
		มาตรฐาน	ผล	
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างครบถ้วน	3.543	0.731	มาก	1
2. มีการสื่อสารของป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เข้าใจง่าย เป็นสากล	3.380	0.722	ปานกลาง	4
3. มีช่องทางให้ สามารถติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งเหตุต่างๆ	3.328	0.912	ปานกลาง	5
4. มีการเปิดรับฟังความคิดเห็น และ ฟ้องร้องต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.468	0.794	มาก	3
5. มีระบบสาธารณณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ	3.518	0.762	มาก	2
Total	3.447	0.626	มาก	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.447$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) มีป้ายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างครบถ้วน ($\bar{X} = 3.543$) (2) มีระบบสาธารณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ โทรศัพท์สาธารณะ ที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{X} = 3.518$) (3) มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและร้องเรื่องต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{X} = 3.468$) และลำดับสุดท้าย คือ มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สามารถติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งเหตุต่างๆ ($\bar{X} = 3.328$)

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามภาพรวมต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ภาพรวมต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล	ลำดับ
ภาพรวมต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	3.498	0.782	มาก	-

จากตารางที่ 4.16 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมเมื่อเดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.498$)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล	ลำดับ
1. เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ระยะเวลา)	3.318	0.859	ปานกลาง	1
2. เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวมักจะเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ (ความถี่ในการเดินทาง)	3.278	0.823	ปานกลาง	3
2. นักท่องเที่ยวมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้กับเพื่อน คนรัก และครอบครัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (การบอกต่อ)	3.316	0.836	ปานกลาง	2
Total	3.302	0.742	มาก	-

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.302$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับคือ (1) เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ระยะเวลา) ($\bar{X} = 3.318$) (2) นักท่องเที่ยวมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้กับเพื่อน คนรัก และครอบครัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (การบอกต่อ) ($\bar{X} = 3.316$) (3) เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวมักจะเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ (ความถี่ในการเดินทาง) ($\bar{X} = 3.278$)

ตอนที่ 4. ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

การศึกษา เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยมีการกำหนดสมมติฐานของการวิจัยแบ่งออกเป็น

1. ทักษะคิดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ดังนั้น ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบ โดยมีรายละเอียดของการทดสอบ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ 1 คือ ทักษะคิดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ (1)	1	.790*	.764*	.770*	.493*	.524*	.561*	.485*
ราคา (2)		1	.794*	.710*	.474*	.564*	.515*	.436*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3)			1	.830*	.599*	.661*	.615*	.490*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (4)				1	.686*	.635*	.618*	.525*
ด้านบุคลากร (5)					1	.792*	.687*	.452*
ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ (6)						1	.672*	.504*
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (7)							1	.618*
ภาพรวมความพึงพอใจ (8)								1

* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1. ผลិតภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .485^*$) 2. ราคา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .436^*$) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .490^*$) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .525^*$) 5. ด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .452^*$) 6. ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .504^*$) 7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวม ($r = .618^*$)

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ 2 คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	(1)	(2)	(3)	(4)
1. ความพึงพอใจในภาพรวม (1)	1	.441*	.352*	.658*
2. เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ระยะเวลา) (2)		1	.560*	.499*
3. เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวมักจะเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ (ความถี่ในการเดินทาง) (3)			1	.516*
4. นักท่องเที่ยวมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้กับเพื่อน คนรัก และครอบครัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (การบอกต่อ) (4)				1

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 สามารถสรุปการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า 1. ความพึงพอใจในภาพรวม (1) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ระยะเวลา) ($r = .441^*$) 2. ความพึงพอใจในภาพรวม (1) มี

อิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวมักจะเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ (ความถี่ในการเดินทาง) ($r = .352^*$) 3. ความพึงพอใจในภาพรวม (1) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านนักท่องเที่ยวมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้กับเพื่อน คนรัก และครอบครัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (การบอกต่อ) ($r = .658^*$)

ตอนที่ 5. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน

การศึกษาในครั้งนี้ จะใช้รูปแบบของการวิจัยแบบผสม (Mix Method) เพื่อทำให้เกิดความเที่ยงตรงของเนื้อหา และข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------|------------|
| 1. ผู้ประกอบการโรงแรม | จำนวน 1 คน |
| 2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร | จำนวน 2 คน |
| 3. มัคคุเทศก์ | จำนวน 2 คน |
| 4. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว | จำนวน 1 คน |

ผลการศึกษา สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ข้อคำถามที่ 1 ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นอย่างไรบ้าง ดังการสรุปประเด็นที่สำคัญ คือ

1. ผู้ประกอบการ โรงแรม สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตนั่น ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่สวยงามแห่งหนึ่ง และเป็นจังหวัดที่เป็นที่รู้จักของประชาชน หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมากไม่น้อย ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นั่น จะมีการรับรู้ว่าเป็นจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่สวยงาม มีผู้คนจากต่างประเทศ เข้ามาท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งที่เป็นชาติเดียวกัน หรือคนละชาติ เข้ามา จึงทำให้ได้พบปะผู้คนต่างๆ มากยิ่งขึ้น แต่สิ่งที่จังหวัดภูเก็ต จะต้องมีการพัฒนา คือ ปัจจุบัน จังหวัดภูเก็ต มีปัญหาในหลายด้านที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และในส่วนของทางโรงแรมนั้น ได้ประสบกับปัญหาของกลุ่มแข่ง คือ โรงแรมที่ใกล้เคียง มีการตัดราคากันเพื่อทำให้ได้ลูกค้ามากขึ้น ซึ่งปัญหาดังกล่าว จะทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมเสียเปรียบ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ถือได้ว่า มีผลดี เพราะทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ประกอบกับจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลายรายได้รับประสบการณ์ที่ดี แต่บางรายได้รับ

ประสบการณ์จากการให้บริการที่ไม่ดี มีการโถ่งราคาจนเกินความจำเป็น จนทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มองว่าตนเองถูกเอารัดเอาเปรียบ เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการร้านอาหารคนที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ต จะมองว่า สถานที่แห่งนี้ เป็นสถานที่สวยงาม เป็นที่รู้จัก และเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการพักผ่อน เพราะสาเหตุต่างๆ เช่น สิ่งอุปโภค บริโภคที่ครบถ้วน และมีการใช้ภาษาอังกฤษอย่างแพร่หลาย เป็นต้น

3. ผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่คิดว่า ได้รับประสบการณ์ที่ดี โดยสังเกตได้จากความพึงพอใจจากการมาบริโภคอาหารต่างๆ ซึ่งทางร้านจะไม่มีมีการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค เพราะตระหนักถึงภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะมองมา เมื่อกลับไปประเทศของตนเองแล้ว แต่ก็มีเจ้าของร้านอาหารหลายราย ทำให้เกิดความเสื่อมเสียชื่อเสียง เช่น ขาดของแพงเกินไป ของไม่สด สะอาด ไม่อร่อย และไม่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า บางครั้ง เจ้าของร้านอาหาร หรือเด็กเสิร์ฟ ก็ไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ จึงทำให้เกิดผลเสียต่อการให้บริการ และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. มัคคุเทศก์ คนที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต ในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ถือได้ว่า ดี แต่คิดว่า ครึ่งๆ นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แต่อีกครึ่งหนึ่ง รู้สึกไม่พึงพอใจ เพราะเหตุผล เช่น (1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจำนวนมาก ทำให้เกิดความแออัด (2) ร้านอาหารบางแห่ง ปรุงอาหารไม่อร่อย ไม่สะอาด ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางคนต้องเสีย (3) มีปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน ที่เข้ามาทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดี (4) ดำรวจท่องเที่ยวหรือเจ้าหน้าที่ประสานงานให้ความรู้ต่างๆ มีน้อย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต้องเข้าไปสอบถามจากคนต่างประเทศด้วยกัน (5) ร้านค้าต่างๆ มีการสื่อสารภาษาอังกฤษได้น้อย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่เข้าใจ เป็น ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อจังหวัดภูเก็ต

5. มัคคุเทศก์ คนที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ก็มีทัศนคติที่ดีเมื่อมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และได้มีการบอกต่อถึงข้อดีของจังหวัดภูเก็ตต่างๆ เมื่อกลับประเทศไปแล้ว แต่ก็มีบางส่วนที่ได้ประสบกับปัญหาต่างๆจนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดี เช่น การที่มีมัคคุเทศก์เถื่อน ได้ทำสิ่งผิดๆ เช่น การพานักท่องเที่ยวไปมั่วสุม และก่อให้เกิดปัญหาทางอาชญากรรมต่างๆ หรือการลักขโมยของต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเมื่อเกิดปัญหาแล้ว ในการเอาผิด ก็มีความยากลำบากมาก อีกทั้งทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เสียเวลา บางคน จึงยอมให้ถูกเอารัดเอาเปรียบในด้านต่างๆ ซึ่งจะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มองจังหวัดภูเก็ต ไม่ดี ไม่นำมาท่องเที่ยว

และไม่บอกต่อ เป็นต้น

6. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวนมาก ทั้งได้ภาพลักษณ์ที่ดี และภาพลักษณ์ในทางที่ไม่ดี แต่ก็ มีปัญหาต่างๆ อีกเยอะที่ไม่สามารถแก้ไขได้ โดยเฉพาะปัญหาการเอารัดเอาเปรียบที่มีมาก จนทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ บางราย หันไปท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ ประกอบกับเจ้าของร้าน หรือสถานประกอบการต่างๆ ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ หรือไม่ สามารถให้บริการในเรื่องที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ จึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบ และเกิดความไม่พอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มองจังหวัดภูเก็ต ถือว่า เป็นภาพลักษณ์ที่ดี แต่ก็มีจำนวนไม่น้อย ที่มองว่า จังหวัดภูเก็ต ไม่น่ามาท่องเที่ยว เพราะเกิดภาพลักษณ์ในทางลบต่างๆ และในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างถูกต้อง เหมาะสม เช่น การไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น

คำถามข้อที่ 2 ท่านคิดว่า ปัญหาภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอย่างไร ขอความกรุณาอภิปรายพอเข้าใจ

1. ผู้ประกอบการโรงแรม ได้ระบุปัญหาที่สำคัญ คือ (1) ปัญหาด้านโรงแรมที่ไม่มีมาตรฐาน ไม่มีความปลอดภัย (2) การคิดค่า service charge ที่สูงจนเกินไป (3) พนักงานต้อนรับหรือพนักงานยกกระเป๋าให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ดีเท่าควร (4) โรงแรมบางแห่ง มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบวงจร ทำให้นักท่องเที่ยว ไม่ได้รับการบริการที่ไม่คุ้มค่า (5) โรงแรมบางแห่ง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินจริง แต่ไม่มีสถานประกอบการต่างๆ เช่น มีการโฆษณาว่ามีพิตเนส และสระว่ายน้ำ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่มี จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเสียความรู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรมแห่งนั้น และอาจจะถึงขั้นเสียความรู้สึกต่อจังหวัดภูเก็ตได้

2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 1 ได้ระบุปัญหาที่สำคัญ คือ (1) ร้านอาหารมีการปรุงอาหารที่ไม่อร่อย ไม่สด สะอาด (2) ร้านอาหารมีการใช้วัตถุดิบที่เหลือเก็บ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดการท้องเสียได้ (3) ร้านอาหารไม่มีการต้อนรับลูกค้าที่ดีเท่าที่ควร จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนไม่น้อย ไม่ค่อยพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

3. ผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 2 ได้ระบุปัญหาที่สำคัญ คือ (1) การที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร ขาดการนำเอาหลัก 7Ps มาใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา บุคลากรต่างๆ (2) ร้านอาหารบางแห่ง ที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย และตั้งอยู่ในบริเวณชายหาด มีการ โกงนักท่องเที่ยว เช่น การชั่งน้

แล้วจามาจำหน่ายไม่ครบตามจำนวน และอื่นๆ เป็นต้น

4. มัคคุเทศก์ คนที่ 1 ได้ระบุปัญหาที่สำคัญ คือ (1) ความแออัดต่างๆ ที่สถานที่ท่องเที่ยว บางแห่งมีนักท่องเที่ยวมากจนเกินไป (2) จังหวัดภูเก็ต ขาดการบูรณาการองค์รวมในด้านการบริหารจัดการต่างๆ ที่ดี เช่น การบริหารจัดการขยะ ที่ไม่สามารถเก็บได้ในแต่ละวัน (3) การมีมัคคุเทศก์เถื่อน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสน และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีเมื่อเข้ามาใช้บริการ (4) ขาดการเฝ้าระวังจากหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ตำรวจการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอต่อการดูแลนักท่องเที่ยวต่างชาติ (5) ร้านค้า ร้านอาหาร มีการเอาเปรียบและโกงราคาสินค้าและบริการต่างๆ แม้กระทั่งคนไทยด้วยกันเอง เช่น Pepsi ใส่งู ราคามาตรฐานจะอยู่ประมาณ 12 – 15 บาท แต่ขายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 40 บาท หรือแม้กระทั่งคนไทยด้วยกันเอง ขายถึง 35 บาท แต่เมื่อลูกค้าไทยโวยวาย ก็จะทำท่าที่บ้ายเบี่ยงเป็นต้น แต่หากเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็จะไม่สนใจอะไร และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็ไม่รู้ว่าจะไปร้องเรียนได้ที่ไหน เป็นต้น

5. มัคคุเทศก์ คนที่ 2 ได้ระบุปัญหาที่สำคัญ คือ (1) ปัญหาทางอาชญา (2) ปัญหาทางด้านเอาเปรียบจากร้านค้า และสถานประกอบการต่างๆ (3) ปัญหาทางด้านเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่เพียงพอต่อการให้บริการกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือการรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ เป็นต้น

6. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว ได้ระบุปัญหาที่สำคัญ คือ (1) ปัญหาทางด้านภาระงานของบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการท่องเที่ยว ที่มีปริมาณที่มากอยู่แล้ว (2) ปัญหาทางด้านขั้นตอนในการปฏิบัติงานต่างๆ ในการเอาผิด หรือการชี้ตัวผู้กระทำความผิด ที่ต้องใช้เวลาาน เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจให้มากทำการชี้ตัวบุคคลที่ก่ออาชญากรรม ต้องใช้เวลาประมาณ 7 วัน แต่เวลานั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติ เหล่านี้ก็ต้องกลับประเทศแล้ว ทำให้ไม่สามารถเอาผิดกับผู้กระทำ ความผิดต่างๆ ได้

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย (1) ปัญหาทางด้าน การเอาเปรียบต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร รีสอร์ท ต่างเอาเปรียบ และโกงราคากับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2) ปัญหาทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีน้อย และไม่ครบ โดยเฉพาะในโรงแรมบางแห่งที่มีการโฆษณาเกินจริง (3) ปัญหาทางด้าน การมีจำนวนมัคคุเทศก์เถื่อนเป็นจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดภาพลักษณ์ และได้รับความรู้ที่ไม่ถูกต้อง (4) ปัญหาทางด้าน การขาดเจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือตำรวจท่องเที่ยว ที่มีจำนวนน้อย และไม่เพียงพอต่อการให้บริการเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้

ข้อคำถามที่ 3 คือ ท่านคิดว่า กระบวนการแก้ไขปัญหาคืออะไรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คืออะไร ขอความกรุณาอภิปรายพอสังเขป

1. ผู้ประกอบการโรงแรมได้สรุปแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว คือ (1) ผู้ประกอบการโรงแรม และฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโรงแรมต่างๆ ควรจะต้องมีความรู้ และมีการใช้หลักการตลาดต่างๆ หรือการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อไม่ทำให้มีการโฆษณาเกินจริง และมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ให้มากที่สุด (2) ควรมีการพัฒนาบุคลากรของโรงแรม และพัฒนาบุคคลที่อยู่ในโรงแรมทุกคน ให้มีความรู้ และมีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง (3) การบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดต่อการจดทะเบียนโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ระบุตามกฎหมาย เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 1 ได้สรุปแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว คือ ควรมีการสร้างความตระหนักในการให้บริการทุกๆ ด้านของร้านอาหาร ให้ใช้วัตถุดิบที่มีความสด สะอาด และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ และควรมีการสร้างกระบวนการบริหารงานของร้านค้าหรือร้านอาหารอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากที่สุด

3. ผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 2 ได้สรุปแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ ร้านค้าหรือร้านอาหารต่างๆ ควรจะต้องมีการบริหารจัดการร้านค้า โดยใช้หลัก 7P เข้ามาใช้ให้มากยิ่งขึ้น และควรมีการสร้างความตระหนักถึงผลเสียของการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ และควรมีการจับกุมพ่อค้า แม่ค้าที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากยิ่งขึ้น

4. มัคคุเทศก์ คนที่ 1 ได้สรุปแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ การที่เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการบูรณาการเพื่อบริหารจัดการต่างๆ ที่ดี เช่น การบริหารจัดการขยะ การบริหารจัดการแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว หรือการบริหารงานเพื่อป้องกันปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน เป็นต้น และควรมีการส่งบุคคลเข้ามาตรวจสอบถึงร้านค้า หรือสถานประกอบการต่างๆ ที่เอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อให้เป็นแบบอย่าง และป้องกันให้ร้านค้าอื่นๆ เอาเยี่ยงอย่างตาม

5. มัคคุเทศก์ คนที่ 2 ได้สรุปแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ การเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่และบุคลากรต่างๆ เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว เพื่อให้เข้ามาตรวจสอบการเอาเปรียบ และควรมีการลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานลง เช่น เมื่อจับผู้กระทำความผิดได้ ควรมีการชี้ตัวเลย เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีเวลาไปท่องเที่ยวได้ และป้องกันไม่ให้คนร้ายหลุดรอดจากคดีต่างๆ ได้

6. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวได้สรุปแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว พบว่า ควรมีการเพิ่มบุคลากรในสายงานต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น เพราะตนเองมีภาระงานที่ค่อนข้างเยอะอยู่แล้ว หรือควรมี

การการจัดตั้งองค์กร หรือหน่วยงานขึ้นมาหน่วยงานหนึ่ง ที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบ แก้ไขปัญหา และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างๆ ที่ไม่เข้าช้อนกับตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ นั้น กลุ่มผู้สัมภาษณ์ได้สรุปว่า (1) ควรมีการพัฒนาและสร้างความตระหนักถึงข้อเสีย หรือผลกระทบต่างๆ จากการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (2) ควรมีการส่งเสริมความรู้ และพัฒนาให้ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร และสถานประกอบการอื่นๆ มีความรู้ และเข้าใจในหลักการให้บริการที่ดี เหมาะสม ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ (3) หน่วยงานราชการ ควรมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองอย่างดี เพื่อทำให้เกิดความรัดกุมในการทำงาน หรือสามารถป้องกันและปราบปรามปัญหาอาชญากรรมต่างๆ ได้



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต (3) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต (4) เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต (5) เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane(1967) และใช้สถิติ คือ ค่าสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนค่าสถิติอนุมาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ภาพรวมทางด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.576$) ในภาพรวมทางด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.606$) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.640$) รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.519$) ส่วนด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.432$) ส่วนภาพรวมของด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.642$) และภาพรวมของด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.282$) เป็นต้น

2. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการเก็บแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

ผลปรากฏว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.467$) ส่วนระดับความพึงพอใจต่อด้านขั้นตอนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.631$) ส่วนความพึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.447$) และนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมเมื่อเดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.498$)

3. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.302$)

4. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ตามการสรุปผลตามสมมติฐานของการวิจัย ประกอบด้วยสมมติฐานที่ 1 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยดังกล่าว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี ขอเจริญ (2553) และพรหมศิระพรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่พบว่า เหตุผลที่สำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนั้น เนื่องจาก นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะมองว่าจังหวัดภูเก็ต มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และเป็นที่ยู่อัก เป็นที่ยอมรับกับนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศต่างๆ ซึ่งในการดำเนินการวิจัย หากมีการนำเอาหลักส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ ก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนด้านบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน พบว่า ในการบริหารจัดการนั้น ผู้ประกอบการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ยังมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตามของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติน้อย เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ยังขาดการร่วมมือร่วมใจกันในส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็ก รายย่อย ที่ยังมีการเอารอดเอาเปรียบอยู่ แต่หน่วยงานภาครัฐก็ไม่ได้ให้ความสนใจ และสร้างความตระหนักต่อผลเสียที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเอารอดเอาเปรียบต่างๆ และจะส่งผลทางลบต่อสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม

5.2 การอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยจะดำเนินการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การอภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อสินค้าและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.576$) เนื่องจากสินค้าและบริการที่จำหน่ายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคิดว่า มีความสะอาด และมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับสถานที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าพัก จะมีความสะอาด และมีระบบการให้บริการที่ดี และมีจำนวนที่พักที่มาก และเหลือให้อย่างหลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถมีตัวเลือกที่เข้าพักได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี ขจรเจริญ (2553) ที่พบว่า ในการบริหารร้านค้า หรือสถานประกอบการต่างๆ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรืออาหารต่างๆ ให้มีความสะอาด ปลอดภัย เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ประทับใจต่อการเข้ามารับประทานอาหาร และสอดคล้องกับการศึกษาของสมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง (2545 : 161-162) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านอาหารนั้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต เพราะอาหารถือได้ว่าเป็นปัจจัยประการหนึ่งของปัจจัยสี่ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะต้องเข้ามารับประทาน ดังนั้น หากมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่น การให้บริการอาหารที่อร่อย สด สะอาด ถูกหลักอนามัย ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตต่อไป

1.2 ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.606$) เนื่องจากสถานประกอบการต่างๆ เช่น ร้านอาหาร หรือโรงแรม จะมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน หรือมีการชี้แจงค่าใช้จ่ายก่อนการเข้ามาใช้บริการ เพื่อทำให้เป็นทางเลือกให้กับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ หรือเลือกรับบริการต่างๆ และในการบริหารร้านค้า หรือ โรงแรม ก็จะมีส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หากมาเป็นกลุ่ม หรือมาจากกลุ่มทัวร์ของบริษัทในเครือ นอกจากนี้ สถานประกอบการหลายแห่ง ก็ได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่มีความน่าเชื่อถือ และมีการลดการเอาเปรียบจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler (2003) ที่สรุปว่า ปัจจัยทางด้านราคา เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมทำให้สถานประกอบการต่างๆ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และหากราคามีความเหมาะสมกับสินค้าที่บริโภค ก็จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดี และสอดคล้องกับการศึกษาของพรหมศิวะ พรพิชญ และคณะ (2557) ที่พบว่า ในการบริหารสถานประกอบการทางการพาณิชย์ต่างๆ ด้านราคาถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคต่างๆ เป็นต้น

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.640$) เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีระบบการขนส่งที่ดี ทั้งทางรถ และทางเรือ นอกจากนี้ ในการเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตนี้ ก็สามารถมาทางเครื่องบินได้ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของพรหมศิวะ พรพิชญ และคณะ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาถึงระบบสาธารณูปโภค และระบบการบริหารงานต่างๆ ของสถานประกอบการในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ในการคมนาคมขนส่งและ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) ของจังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการคมนาคม และจังหวัดดังกล่าว ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จนทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติดีต่อระบบดังกล่าว

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.519$) เนื่องจากผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการสถานที่ต่างๆ จะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นอย่างมาก เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาต่างๆ ที่จะทำให้เกิดกระบวนการบริหารงานที่เป็นข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีการเลือกถึงสิ่งที่ตนเองต้องการ และจะเปิดการเพิ่มการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ได้ รวมถึง การที่สถานประกอบการบางแห่ง จะมีการแจกของสมนาคุณ หรือมีการให้ส่วนลด ก็จะทำให้เกิดเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับรู้ข้อมูล และตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler (2003) ที่พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้สถานประกอบการเกิดประสิทธิภาพในการบริหาร และแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยใช้กระบวนการต่างๆ เช่น

การให้ส่วนลด การให้ของสมนาคุณต่างๆ เป็นต้น

1.5 ด้านบุคลากร โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทัศนคติต่อด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.432$) เนื่องจากปัจจุบันทั้งโรงแรม สถานประกอบการ และสถานที่อื่นๆ ได้มีการพัฒนาให้บุคลากรหรือพนักงานของตน เป็นผู้ที่มีความเข้าใจในการบริการ และมีการปฏิบัติตนต่างๆ เช่น การพูดจา การแต่งกายที่สุภาพ และการสื่อสารโดยใช้ภาษาต่างประเทศ เป็นต้น โดยการศึกษาดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี ขจรเจริญ (2553) ที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ตนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับบุคลากร เช่น พนักงาน หรือบุคลากรของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจต่างๆ เป็นอย่างมาก ที่จะต้องมีความรู้ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน รวมถึงมีความจริงใจในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านต่างๆ เป็นต้น

1.6 ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติในภาพรวมของด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.642$) เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และระบบอินเทอร์เน็ตต่างๆ ทำให้สถานประกอบการจำนวนมาก ให้ความสำคัญกับการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการบริหารจัดการภายในสถานประกอบการของตน เช่น โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรับสั่งอาหาร หรือการของห้องพักต่างๆ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของKotler (2003) ที่พบว่า ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะการวิเคราะห์เกี่ยวกับ PEST Analysis จะต้องให้ความสำคัญกับทางด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานของระบบที่จะทำให้เกิดการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงเป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของสถานประกอบการตามกลยุทธ์ที่เหมาะสม

1.7 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมของด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.282$) เนื่องจาก สถานประกอบการต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต หลายแห่ง ตระหนักถึงความสำคัญ และตระหนักถึงความสะอาด และความสวยงามของร้าน และมีการสร้างบรรยากาศต่างๆ เช่น การเปิดเพลง หรือการจัดทำร้านของตน ให้เหมาะสมกับการขายสินค้าและบริการ เช่น การจัดบรรยากาศแบบญี่ปุ่น เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าแบบญี่ปุ่น เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของKotler (2003) ที่พบว่า การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence Presentation) จะเป็นปัจจัยที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ได้ เนื่องจาก เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มองร้านหากร้านมีสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความสนใจ หรือกระตุ้นความสนใจได้ ก็จะทำให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาในร้านค้าต่างๆ และเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดการซื้อสินค้า

และบริการต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด ถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการหรือการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้ประกอบการต่างๆ จะต้องมีการให้ความสำคัญกับหลักส่วนประสมทางการตลาด เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขัน และสร้างความพึงพอใจในการเข้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไปได้

2. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก เนื่องจาก ด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ นั้น สถานประกอบการ จะมีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้รับรู้ และรับทราบถึงข้อบังคับ และกฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนมีการเอาใจใส่กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกคน และหากเกิดปัญหาขึ้นมา ก็จะมีบุคลากรเข้ามาดูแลและเอาใจใส่ ส่วนด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ในการบริหารร้านค้าหรือร้านอาหารต่างๆ จะมีการนำเอาสินค้าและบริการ เข้ามาใช้ในการบริหารงาน และมีการกำหนดคิวในการชำระเงินก่อนหลัง ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่า เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการจัดทำป้าย หรือสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นอย่างมาก และมีระบบสาธารณูปโภค หรือระบบสาธารณะ เช่น ห้องสุขาสาธารณะ ห้องอาบน้ำ หรือโทรศัพท์ที่เชื่อมต่อกับต่างประเทศได้อย่างครบด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของพรหมศิระ พรพิชญ และคณะ (2557) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พบว่า จังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่า เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีสินค้าบริการ หรือปัจจัยต่างๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างมาก ส่วนเรื่องของการคมนาคม ถือได้ว่า มีความสะดวก สบายมาก และสามารถเดินทางได้ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ เป็นต้น

3. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.302$) เนื่องจาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งดำน้ำ ดำปะการัง หรือการเข้าชมวัดต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งจังหวัดภูเก็ต ยังมีสนามบินเพื่อไปยังสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศได้อย่างสะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็จะมีการเชิญชวนให้ครอบครัว คนรัก เพื่อนฝูง เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของมัคคุเทศก์ คนที่ 2 ที่พบว่า ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ก็จะมีการบอกต่อให้กับ

เพื่อน ครอบครัว หรือคนรักกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตต่อไปในอนาคต

4. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน จะพบว่า ปัจจัยดังกล่าวทุกปัจจัยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจ จะมีอิทธิพลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยปัจจัยทางการตลาด เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดการตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้า หรือใช้บริการต่างๆ โดยใช้กระบวนการหรือกลยุทธ์ทางการตลาด และหากสถานประกอบการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองต่อพฤติกรรมต่างๆ อันจะส่งผลทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้ สอดคล้องกับเกตุวดี ขจรเจริญ (2553) และพรหมศิวะ พรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่สรุปได้ว่า ในการบริหารจัดการ โดยใช้ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด จะสามารถสร้างและก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของผู้ประกอบการ โรงแรมผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 1-2 ที่สรุปความได้ว่า ในการบริหารทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด 7P จะทำให้สถานประกอบการต่างๆ สามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 คือ เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยพบว่า จากคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวต่างๆ นั้น พบว่า ปัจจุบันทางรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักกับการบริหารงานของสถานประกอบการ และบุคลากรในภาครัฐ เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือในทุกภาคส่วน แต่ก็มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อย ที่ไม่ให้ความสำคัญ และไม่ให้ความร่วมมือต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว โดยในมุมมองของ

5.1 ผู้ประกอบการโรงแรม สรุปได้ว่า โรงแรมควรมีการจดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย และควรมีการให้ความร่วมมือกับภาครัฐในด้านต่างๆ โดยเฉพาะทางด้านการให้บริการที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และไม่ส่งเสริมการกระทำความผิดต่างๆ เช่น การให้เงินช่วยเหลือ หรือการค้าประเวณีต่างๆ ที่โรงแรมบางแห่งมีการจัดให้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศบางท่าน เป็นต้น ซึ่งหากผู้ประกอบการโรงแรมมีกระบวนการป้องกันและให้ความร่วมมือ โดยไม่เห็นแก่เงิน ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิด

ภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และในประเทศไทยที่ถือได้ว่าเป็นเมืองพุทธ เป็นต้น

5.2 ผู้ประกอบการร้านอาหาร สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารทั้งรายใหญ่ รายย่อย ไม่จำกัดทางสถานที่ในการให้บริการ เช่น ริมหาด หรือในโรงแรม หรือในภัตตาคารต่างๆ ควรจะต้องให้ความสำคัญกับการปรุงอาหารที่มีคุณภาพ ไม่มีการใช้สารเคมี สารเสพติด หรือสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค และควรให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน เช่น กรมคุ้มครองผู้บริโภค ในการเข้ามาตรวจสอบคุณภาพของอาหารต่างๆ เป็นต้น

5.3 มัคคุเทศก์ สรุปได้ว่า ภาครัฐได้มีการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหา มัคคุเทศก์เถื่อน และให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้น มัคคุเทศก์ที่ถูกกฎหมาย ก็ควรมีความตระหนัก และมีความรับผิดชอบในหน้าที่การงานอย่างเคร่งครัด และไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ไม่รับเงินค่าคอมมิชชั่นจากร้านค้าต่างๆ เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เข้าไปซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการกระทำผิดตามกฎหมาย และบริษัทนำเที่ยว ไม่ควรใช้ มัคคุเทศก์เถื่อน หรือไม่มีใบอนุญาต เพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาวงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และลดปัญหาอาชญากรรมต่างๆ ได้

5.4 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจะต้องมีการปฏิบัติงานตามที่ภาครัฐได้ให้นโยบายไว้ แต่ในการปฏิบัติงานนั้น เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อย ที่ยังขาดความตระหนัก และให้ความสำคัญกับภาระงานของตน เนื่องจาก ภาระงานที่มีปริมาณที่มากจนเกินไป และไม่สามารถเข้ามาให้บริการได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง ซึ่งสิ่งที่เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกสบายในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และการแก้ไขปัญหาความไม่ถูกต้องจากการเอารัด เอาเปรียบจากบุคคลต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมให้ผู้ประกอบการ และภาคเอกชนทุกแห่ง มีการร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เช่น การส่งเสริมให้เกิดการณรงค์เกี่ยวกับการไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งการส่งเสริมให้บุคลากรในภาครัฐ มีการตรวจสอบถึงปัญหา และแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว อันจะส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีใน

สายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไปในอนาคต

2. ผู้ประกอบการต่างๆ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้มากยิ่งขึ้น โดยพยายามมุ่งตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยว โดยใช้ปัจจัยทางการตลาด 7P เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการต่างๆ โดยใช้หลักคุณธรรมเข้ามามีส่วนร่วม และไม่เอาเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3. เจ้าหน้าที่ๆ เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการดูแลนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการต่างๆ ในหลายแห่ง เช่น ผู้ประกอบการรีสอร์ท บังกะโล ร้านอาหารตามชายหาด และอื่นๆ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความละเอียดครบถ้วน

2. ควรมีการสอบถามถึงระดับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ และสถานประกอบการต่างๆ ของเอกชน เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มากขึ้น และนำมาใช้ในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีประสิทธิภาพในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558) . *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/>.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2557. *ประเภทของกิจการธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.accountclub.net/>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556) . *สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี2555*. รายงานสรุปสถานการณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา..
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2557) . สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2558 จาก <http://123.242.171.10/descr/introduce/dataPK53/problem.php>.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด. 2557. *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=plan>.
- กัลยา กมลรัตน์. (2553) . *ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในชายในกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557) . *ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://marketingdatabase.tat.or.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557) . *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://tourismawards.tourismthailand.org/th/history.php>.
- กิติมาปรีดีดิถ. 2542. *ทฤษฎีการบริหารองค์การ*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชนะการพิมพ์.
- คุณชาติ เวชสาร. (2550) . *การวิจัยการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกตุวดี ขอเจริญ. 2553. *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- จารุ มณีรัตน์. 2547. *โครงการ การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน*. การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จินตวิรี เกษมสุข. (2556) . *การสร้างภาพลักษณ์องค์กร*. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จุฑารัตน์ ชมพันธุ์. 2555. การวิเคราะห์หลัก “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ใน “*The Public Participation Handbook: Making Better Decisions through Citizen Involvement*” ใน *บริบทประเทศไทย*. คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เฉลิมเกียรติ สูงสว่าง. (2552) . *การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คำรงค์ดิษฐ์สนิท. 2557. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.skcc.ac.th/elearning/bc0203/?p=39#1>.
- ทวิดา พลสิทธิ์. 2546. *การใช้และความพึงพอใจต่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธันยรัศม์ อัจฉริยะฉาย. 2555. *กมธ. วุฒิจิวัดภาพลักษณ์หาเหตุเกิดตกต่ำ-ปัญหากรม*. สำนักข่าวไทยรัฐ. ฉบับวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2555.
- นวพรรษ จันท์คำ. 2548. *ความพึงพอใจของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่มีต่อสื่อการศึกษาทางไกลในโครงการพัฒนาการศึกษาทางไกลด้วยระบบผ่านดาวเทียม*. กรุงเทพมหานคร :มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นวลรัตน์ นูแป. (2550) . *ทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนมัธยมศึกษา*. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลบุรี เขต 2. หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน. คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรหมศิวะพัลลภ พรพิชญ และคณะ. 2557. *การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ฟังงา และกระบี่*. การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พรรัตน์ เดชะรินทร์. 2525. *ทบทวนการพัฒนาชนบทไทย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดีแอนด์เอส. ภาควิชาการบริหารการศึกษาและอุดมศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราวี ซามิ. 2553. *การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต*. สาขานโยบายสาธารณะ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วันชัย วัฒนศัพท์. 2546. *การมีส่วนร่วมกับการพัฒนาองค์กร บรรยายในการสัมมนานายจ้างและ*

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ลูกจ้างภาครัฐวิสาหกิจ เรื่อง “ระบบทวิภาคีกับการแก้ปัญหาแรงงานในรัฐวิสาหกิจ. วันที่ 6- 8 มีนาคม 2546 โรงแรมพัทยาเซนเตอร์ เมืองพัทยา ชลบุรี จัดโดย กองรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน.
- วิฑูรย์ บุญพร้อม. (2554) . การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารกิจการคณะสงฆ์ในจังหวัดหนองบัวลำภู. หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สมชาย ปรีกมาส.(2549). การประเมินโครงการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยจังหวัดภูเก็ต. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก<http://graduate.pkru.ac.th/Abstract>
- สมถวิล ศิริบูรณานนท์. (2556) . ภูเก็ต : การท่องเที่ยว การแข่งขัน. ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง. (2545). การบริหารบุคลากรและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. สรรพคุณ จันสุข. 2557. การมีส่วนร่วม. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก[http://www.gotoknow.org posts/328530](http://www.gotoknow.org/posts/328530)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557). GDP ไตรมาสแรกปี 2557 และแนวโน้มเศรษฐกิจปี 2557. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต. 2557. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ต. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จากhttp://www.phuketculture.net/index.php?option=com_content&view=article&id=2:history&catid=3:2012-07-07-06-41-29&Itemid=5.
- สิทธิโชค เดชภิบาล.(2554). การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ป่าชายเลน : ศึกษาเฉพาะชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต. สาขาการบริหารจัดการสาธารณะ. คณะรัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกัญญา พยุงสิน. (2556) . พฤติกรรมผู้บริโภค. ตำราเรียนอิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก http://202.28.120.18/2009/online/main_MK2/main.html.
- สุภาพร พุ่มลีโล. (2556) . มาดูกันว่าพฤติกรรมผู้บริโภคคืออะไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก<http://www.learners.in.th/blogs/posts/262406>.
- สุรพลวรเลิศ. (2547). การศึกษาความเหมาะสมและความพึงพอใจต่อการจัดระบบการเรียนรู้อตามแนวทางการจัดการศึกษานอกโรงเรียน หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภาคเรียนที่ 1/2546 ของครูศูนย์การเรียนรู้ชุมชนและนักศึกษาการศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด พิษณุโลก. พิษณุโลก : ศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียนอำเภอพรหมพิราม.
- หทัยรัตน์ ประทุมสูตร. 2547. ความพึงพอใจของนักศึกษาพยาบาลต่อการสอนแบบสอนแนะ. ราชบุรี : วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนีราชบุรี.
- หนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์. (2557) . อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในสายลมแห่งประชาคม อาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.thai-aec.com/550>.
- อकिनรพีพัฒน์. 2527. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรม ไทย. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภารการพิมพ์.
- อรทัย ก๊กผล. 2552. คู่คิด คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน สำหรับนักบริหารท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร.
- เอกมริ คงตางาม. (2553) . ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามหลักสาราณียธรรม ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี. หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- Beach. Lee Roy. 2014. *Image Theory and Decision Making*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://paei.wikidot.com/beach-lee-roy-image-theory-and-decision-making>.
- Jeffrey A. Miles. 2014. *Image Theory: an Alternative to Normative Decision Theory*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=7441>.
- Juha-PekkaRopo. (2009) . *TampereenAmmattikorkeakoulu University Of Applied Sciences. Degree Programme in International Business December 2009*. Supervisor: Mari Stenvall.
- Kotler Philip. (2003) .*Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc.
- Newcomb. (1965).ทัศนคติ (Attitude) .สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จากNovabizz.Com/Novaace
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำมาสู่กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความพึงพอใจต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้สูงสุด และผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลต่างๆ ที่ท่านได้ตอบไว้เป็นความลับ และขอความกรุณาให้ท่านตอบข้อมูลต่างๆ ด้วยความจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความถูกต้อง และเป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัยต่อไป

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี

25 – 35 ปี

36 – 45 ปี

46 - 55 ปี

มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

3. หน้าที่การงาน

พนักงาน

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

พ่อบ้าน แม่บ้าน / ประกอบอาชีพส่วนตัว

นักเรียน / นักศึกษา

4. ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโท ปริญญาเอก

5. รายได้ต่อเดือน

 ต่ำกว่า 1,000 USD 1,000-2,000 USD 2,000-4,000 USD มากกว่า 4,001 USD ขึ้นไป

6. เชื้อชาติ

 เอเชีย ยุโรป อเมริกัน แอฟริกา ออสเตรเลีย

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

ข้อมูล	ระดับทัศนคติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการต่างๆ					
1. อาหารที่ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต มีความสะอาด					
2. อาหารมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ					
3. จังหวัดภูเก็ต มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน					
4. จังหวัดภูเก็ต มีระบบการให้บริการที่ดี					
5. จังหวัดภูเก็ต มีสถานที่พักต่างๆ ให้เลือกอย่างหลากหลาย					
6. จังหวัดภูเก็ต มีการจัดแบ่งโซนหรือพื้นที่ต่างๆ อย่างชัดเจน					
7. จังหวัดภูเก็ต มีป้ายแสดงรายละเอียดต่างๆ ของจังหวัดอย่างครบถ้วน					
8. อาหารมีรสชาติที่อร่อย					
ราคา					
9. สถานประกอบการต่างๆ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน					
10. สถานประกอบการมีการให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยว					

ข้อมูล	ระดับทัศนคติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ชาวต่างชาติ					
11. สถานประกอบการมีระบบการชำระเงินด้วยระบบออนไลน์					
12. สถานประกอบการมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเงินสดต่างๆ					
13. สถานประกอบการมีการตั้งราคาที่ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
14. จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่ทั่วถึงและอำนวยความสะดวก					
15. จังหวัดภูเก็ต สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ อย่างสะดวก					
16. จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
17. สถานประกอบการ มีส่วนลดผ่านช่องทางการจับจ่ายผ่านบัตรเครดิต					
18. สถานประกอบการ มีการจัดโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เป็นจุดใจให้เกิดการซื้อ					
19. สถานประกอบการ มีการจัดสินค้าต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน					
20. สถานประกอบการ มีการจัดระบบส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก					
21. สถานประกอบการ มีของสมนาคุณมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ					
ด้านบุคลากร					
22. พนักงานมีทักษะในการให้บริการ					
23. พนักงานมีระบบการบริหารจัดการสถานประกอบการที่มีประสิทธิภาพ					
24. พนักงานมีการพูดจาที่ไพเราะ ชัดเจน					
25. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด					

ข้อมูล	ระดับทัศนคติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
26. พนักงานตอบคำถาม และนำเสนอรายการสินค้าได้อย่างถูกต้อง					
27. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง					
ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ					
28. สถานประกอบการ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างเหมาะสม					
29. สถานประกอบการมีระบบการสั่งอาหารที่รวดเร็ว					
30. สถานประกอบการปรุงอาหารรวดเร็ว					
31. สถานประกอบการมีการกำหนดบัตริคว เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
32. สถานประกอบการมีการส่งพนักงานให้มาแนะนำสินค้าและบริการต่างๆ					
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
33. สถานประกอบการมีความสะอาด					
34. สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม					
35. สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น					
36. สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสมกับร้าน					
37. สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น งาน ช้อน โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

ข้อมูล	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ					
1. คำแนะนำและการตอบข้อคำถามต่างๆ					
2. การให้บริการที่รวดเร็ว					
3. การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง					
4. ความสุภาพ และให้เกียรติลูกค้า					
5. การแก้ไขปัญหาต่อการให้บริการต่างๆ					
ด้านขั้นตอนการให้บริการ					
6. มีขั้นตอนการให้บริการที่เสมอภาค เช่น การจัดลำดับก่อน-หลัง					
7. มีขั้นตอนการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
8. มีขั้นตอนการให้บริการมีตรวจสอบความถูกต้องต่างๆ					
9. มีขั้นตอนการให้บริการมีระยะเวลาที่ใช้เหมาะสมกับประเภทต่างๆ					
10. มีขั้นตอนในการให้บริการ เป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
11. มีป้ายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างครบถ้วน					
12. มีการสื่อสารของป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เข้าใจง่าย เป็นสากล					
13. มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งเหตุต่างๆ					
14. มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและฟ้องร้องต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
15. มีระบบสาธารณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ โทรศัพท์สาธารณะ ที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ					

ข้อมูล	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ระดับความคิดเห็นของท่านต่อภาพรวมต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					

ส่วนที่ 4 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

ข้อมูล	ระดับของพฤติกรรม				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. เมื่อท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่านจะใช้เวลาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ระยะเวลา)					
2. เมื่อท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่านมักจะเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ (ความดีในการเดินทาง)					
3. ท่านมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้กับเพื่อน คนรัก และครอบครัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (การบอกต่อ)					

ข้อเสนอแนะทั่วไป

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัยภาษาอังกฤษ

Questionnaire

Subject

Attitudes for marketing mix factor to satisfaction and behavior of foreign tourists in Phuket.

This Research have objectives is study Attitudes for marketing mix factor to satisfaction and behavior of foreign tourists in Phuket. Researcher ask that you respond with the truth to be useful information for accuracy and useful for further research.

Thank you for you to write this Questionnaire

Researcher

Intro 1 : Demography Please Choose ✓ in [] Actually on this questions.

1. Gender

Male Female

2. Age

lower than 25 years 25 – 35 years
 36 – 45 years 46 - 55 years more than 56 above

3. Career or Job

Private Sector Publicsector/Government employee
 Self Employ/ Business Owner employee Student

4. Education

Lower than Bachelor's Degree Bachelor's Degree
 Master's Degree Doctor Degree

5. Income Level (per month)

Lower than 1,000 USD 1,000-2,000 USD
 2,000-4,000 USD Higher than 4,001 USD

6. Nationality

Asia Europe
 American African Oceania (Australian Continent)

Intro 2 : Marketing Mix

Please Choose ✓ in [] Actually on this questions.

Data	Attitude Level				
	Lowest	Low	Medium	Well	Most
Product					
1. Food in Phuket is clean.					
2. Food is certified by various agencies.					
3. Phuket have modern facilities.					
4. Phuket have good service.					
5. Phuket have hotel in a variety.					
6. Phuket have allocatclear.					
7. Phuket have many broad details Entirety of the province.					
8. Food have good taste					
price					
9. Storehas Show Price in menu clear.					
10. Storehas discountfor Foreign tourists.					
11. Store has online payment system.					
12. Store hasonline credit card and cash.					
13. Store notexploitForeign tourists.					
Place					
14. Phuket Transportation with facility.					
15. Phuket have travel to various locations easily.					
16. Phuket have Efficient transport system					
Promotions					
17. Store Discount shopping channel via credit card.					
18. Store classified ads Publicity is predispose to buy.					
19. Store various products There are clearly categorized					
20. Store is a discount system for their members.					
21. Store are gifts to influence the decision to use the service.					
People					
22. Employees have the skills to serve.					
23. Store have management system is effective.					

Data	Attitude Level				
	Lowest	Low	Medium	Well	Most
24. Employees are the sweetest things clear.					
25. Employees clean dress					
26. Employees answer And presents a list correctly.					
27. Employeeeshave English Skill communications					
Process					
28. Store have best technology.					
29. Store have best order.					
30. Store have cook fast.					
31. Store have cue cards					
32. Store have employee for present data.					
Physical					
33. Store have clean.					
34. Store have beauty.					
35. Store have good atmosphere.					
36. Store open song synchronize atmosphere.					
37. Store have facility as tablespoons chair dish.					

Intro 3: satisfaction

Please Choose ✓ in [] Actually on this questions.

Data	Satisfaction level				
	Lowest	Low	Medium	Well	Most
Service					
1. advice and answer any questions.					
2. The fast service					
3. Take care of the staff And related personnel					
4. polite and respectful clients.					
5. The issue of services.					
Service Step					
6. Have process of providing equality as a priority - the latter.					
7. Have process of providing a response to the needs of foreign					

Data	Satisfaction level				
	Lowest	Low	Medium	Well	Most
visitors.					
8. Have process of providing a check on the accuracy.					
9. Have process is provided for the proper use of various types.					
10. Have process of service. It's easy, fast and safe.					
Facilities					
11. Have process of providing equality as a priority - the latter.					
12. Have process of providing a response to the needs of foreign visitors.					
13. Have process of providing a check on the accuracy.					
14. Have process is provided for the proper use of various types.					
15. Have process of service. It's easy, fast and safe.					
Your comments on the overall satisfaction level of tourists in Phuket.					

Intro 4: Behavior

Please Choose ✓ in [] Actually on this questions.

Data	Behavior level				
	Lowest	Low	Medium	Well	Most
4. When you are traveling in Thailand, you are spend the majority of tourism in Phuket (period).					
5. When you are traveling in Thailand, You are traveling in Phuket than other provinces. (Frequency of trips)					
6. You have to tell a tourist information and invite your friends and family love traveling in Phuket (to tell).					

Comment

.....

Thank you



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำมาสู่กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความพึงพอใจต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้สูงสุด และผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลต่างๆ ที่ท่านได้ตอบไว้เป็นความลับ และขอความกรุณาให้ท่านตอบข้อมูลต่างๆ ด้วยความจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความถูกต้อง และเป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัยต่อไป

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้
ผู้วิจัย

1. ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอย่างไรบ้าง ขอความกรุณาอภิปรายพอเข้าใจ

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า ปัญหาภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอย่างไร ขอความกรุณาอภิปรายพอเข้าใจ

.....

.....

.....

.....

3 ท่านคิดว่า กระบวนการแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการ
เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คืออะไร ขอความกรุณาอภิปรายพอสังเขป

.....

.....

.....

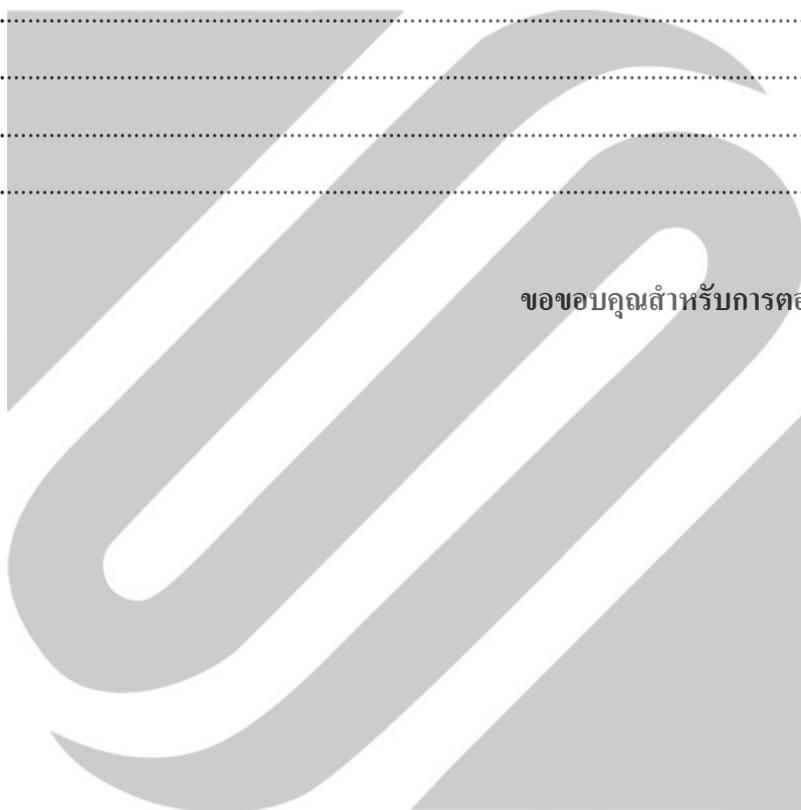
ท่านมีแนวทางการแก้ไขปัญหาเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร ขอความกรุณาอภิปรายพอสังเขป

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสัมภาษณ์
ผู้วิจัย





ภาคผนวก ง
รายนามผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญของการศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้ดำเนินการให้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ คือ

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. ดร. ตะวัน วิกรัยพัฒน์	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด
2. ดร. พุฒิธร จิรายุส	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด
3. ดร. ณรงค์ชัย เฟื่องสถิตย์	เจ้าของกิจการให้บริการนักท่องเที่ยว



การวิจัย เรื่อง ทศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีการให้คะแนนของแบบสัมภาษณ์ เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.67 แสดงให้เห็นว่า ข้อคำถามต่างๆ ในแบบสัมภาษณ์ เรื่อง ทศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ได้

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			การ แปล ผล
	1	2	3	
1. ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอย่างไรบ้าง ขอความกรุณาอภิปรายพอเข้าใจ	1	1	1	ผ่าน
2. ท่านคิดว่า ปัญหาภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอย่างไร ขอความกรุณาอภิปรายพอเข้าใจ	1	1	1	ผ่าน
3. ท่านคิดว่า กระบวนการแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คืออะไร ขอความกรุณาอภิปรายพอสังเขป	1	1	1	ผ่าน
ผลรวมค่าคะแนนของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ทั้งฉบับ	1	1	1	ผ่าน



การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีการให้คะแนนของแบบสอบถาม เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.67 ทุกข้อ แสดงให้เห็นว่า ข้อคำถามต่างๆ ในแบบสอบถาม เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ได้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
ค่าคะแนน	1	1	1	ผ่าน

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี

25 – 35 ปี

36 – 45 ปี

46 - 55 ปี

มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
ค่าคะแนน	1	1	1	ผ่าน

3. หน้าที่การงาน

พนักงาน

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

พ่อบ้าน แม่บ้าน / ประกอบอาชีพส่วนตัว

นักเรียน / นักศึกษา

	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
ค่าคะแนน	1	1	1	ผ่าน

4. ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโท ปริญญาเอก

	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
ค่าคะแนน	1	1	1	ผ่าน

5. รายได้ต่อเดือน

 ต่ำกว่า 1,000 USD 1,000-2,000 USD 2,000-4,000 USD มากกว่า 4,001 USD ขึ้นไป

	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
ค่าคะแนน	1	1	1	ผ่าน

6. เชื้อชาติ

 เอเชีย ยุโรป อเมริกัน แอฟริกา ออสเตรเลีย

	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
ค่าคะแนน	1	1	1	ผ่าน

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

1	หมายถึง	มีความสอดคล้องของข้อคำถาม
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
-1	หมายถึง	ไม่มีความสอดคล้องของข้อคำถาม

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปลผล
	1	2	3	
1. อาหารที่ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต มีความสะอาด	1	1	1	ผ่าน
2. อาหารมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
3. จังหวัดภูเก็ต มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	1	1	1	ผ่าน
4. จังหวัดภูเก็ต มีระบบการให้บริการที่ดี	1	0	1	ผ่าน
5. จังหวัดภูเก็ต มีสถานที่พักต่างๆ ให้เลือกอย่างหลากหลาย	1	1	1	ผ่าน
6. จังหวัดภูเก็ต มีการจัดแบ่งโซนหรือพื้นที่ต่างๆ อย่างชัดเจน	0	1	1	ผ่าน
7. จังหวัดภูเก็ต มีป้ายแสดงรายละเอียดต่างๆ ของจังหวัดอย่างครบถ้วน	1	1	1	ผ่าน
8. อาหารมีรสชาติที่อร่อย	1	1	1	ผ่าน
9. สถานประกอบการต่างๆ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน	1	1	1	ผ่าน
10. สถานประกอบการมีการให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	1	1	1	ผ่าน
11. สถานประกอบการมีระบบการชำระเงินด้วยระบบออนไลน์	1	1	1	ผ่าน
12. สถานประกอบการมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเงินสดต่างๆ	0	1	1	ผ่าน
13. สถานประกอบการมีการตั้งราคาที่ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	1	1	1	ผ่าน
14. จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่ทั่วถึงและอำนวยความสะดวก	1	0	1	ผ่าน
15. จังหวัดภูเก็ต สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ อย่างสะดวก	1	1	1	ผ่าน
16. จังหวัดภูเก็ต มีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ	1	1	1	ผ่าน
17. สถานประกอบการ มีส่วนลดผ่านช่องทางการจับจ่ายผ่านบัตรเครดิต	1	1	1	ผ่าน
18. สถานประกอบการ มีการจัดโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เป็นจุดใจให้เกิดการซื้อขาย	1	1	1	ผ่าน
19. สถานประกอบการ มีการจัดสินค้าต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน	1	1	1	ผ่าน
20. สถานประกอบการ มีการจัดระบบส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก	1	1	1	ผ่าน
21. สถานประกอบการ มีของสมนาคุณมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ	1	1	1	ผ่าน
22. พนักงานมีทักษะในการให้บริการ	1	1	1	ผ่าน

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปล ผล
	1	2	3	
23. พนักงานมีระบบการบริหารจัดการสถานประกอบการที่มีประสิทธิภาพ	1	1	1	ผ่าน
24. พนักงานมีการพุดจาที่ไพเราะ ชัดเจน	1	1	1	ผ่าน
25. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	1	1	1	ผ่าน
26. พนักงานตอบคำถาม และนำเสนอรายการสินค้าได้อย่างถูกต้อง	1	1	1	ผ่าน
27. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง	1	1	1	ผ่าน
28. สถานประกอบการ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ที่เหมาะสม	1	1	1	ผ่าน
29. สถานประกอบการมีระบบการสั่งอาหารที่รวดเร็ว	1	1	1	ผ่าน
30. สถานประกอบการปรุงอาหารรวดเร็ว	1	1	1	ผ่าน
31. สถานประกอบการมีการกำหนดบัตรคิว เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย	1	1	1	ผ่าน
32. สถานประกอบการมีการส่งพนักงาน ให้มาแนะนำสินค้าและบริการ ต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
33. สถานประกอบการมีความสะอาด	1	1	1	ผ่าน
34. สถานประกอบการมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	1	1	1	ผ่าน
35. สถานประกอบการมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น	1	1	1	ผ่าน
36. สถานประกอบการมีการเปิดเพลงที่ไพเราะ และเหมาะสมกับร้าน	1	1	1	ผ่าน
37. สถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น จาน ช้อน โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น	1	1	1	ผ่าน
รวม	0.95	0.95	1.00	ผ่าน

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

- 1 หมายถึง มีความสอดคล้องของข้อคำถาม
 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 -1 หมายถึง ไม่มีความสอดคล้องของข้อคำถาม

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			การแปล ผล
	1	2	3	
1. คำแนะนำและการตอบข้อคำถามต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
2. การให้บริการที่รวดเร็ว	0	1	1	ผ่าน
3. การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	1	1	1	ผ่าน
4. ความสุภาพ และให้เกียรติลูกค้า	1	0	1	ผ่าน
5. การแก้ไขปัญหาต่อการให้บริการต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
6. มีขั้นตอนการให้บริการที่เสมอภาค เช่น การจัดลำดับก่อน-หลัง	1	1	1	ผ่าน
7. มีขั้นตอนการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	1	1	1	ผ่าน
8. มีขั้นตอนการให้บริการมีตรวจสอบความถูกต้องต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
9. มีขั้นตอนการให้บริการมีระยะเวลาที่ใช้เหมาะสมกับประเภทต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
10. มีขั้นตอนในการให้บริการ เป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย	1	1	1	ผ่าน
11. มีป้ายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างครบถ้วน	1	1	1	ผ่าน
12. มีการสื่อสารของป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เข้าใจง่าย เป็นสากล	1	1	1	ผ่าน
13. มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งเหตุต่างๆ	1	1	1	ผ่าน
14. มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและฟ้องร้องต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	1	1	1	ผ่าน
15. มีระบบสาธารณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ โทรศัพท์สาธารณะ ที่รองรับต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ	1	1	1	ผ่าน
รวม	0.93	0.93	1.00	ผ่าน

ส่วนที่ 4 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างต่างๆ ตามความเป็นจริง

- 1 หมายถึง มีความสอดคล้องของข้อความ
0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
-1 หมายถึง ไม่มีความสอดคล้องของข้อความ

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			การแปล ผล
	1	2	3	
1. เมื่อท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่านจะใช้เวลาส่วนใหญ่ ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ระยะเวลา)	1	1	1	ผ่าน
2. เมื่อท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่านมักจะเลือกท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ (ความถี่ในการเดินทาง)	1	1	1	ผ่าน
3. ท่านมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้กับเพื่อน คนรัก และ ครอบครัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (การบอกต่อ)	1	1	1	ผ่าน
รวม	1	1	1	ผ่าน



การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีการให้คะแนนของแบบสอบถาม คือ ค่าอัลฟา เท่ากับ .971 จากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แบบสอบถาม เรื่อง ทักษะคิดต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป และสามารถแสดงข้อมูลได้ดังตารางต่อไปนี้

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	56

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1	192.70	822.321	.644	.970
M2	192.70	822.673	.610	.971
M3	192.67	820.289	.648	.970
M4	192.76	823.999	.569	.971
M5	192.61	821.779	.595	.971
M6	192.73	815.873	.702	.970
M7	192.62	818.800	.653	.970
M8	192.80	815.276	.734	.970
M9	192.63	817.035	.663	.970
M10	192.77	820.988	.617	.971
M11	192.59	814.791	.705	.970
M12	192.62	819.274	.558	.971
M13	192.75	815.656	.642	.970
M14	192.58	812.491	.750	.970
M15	192.68	811.875	.736	.970
M16	192.65	824.757	.586	.971
M17	192.76	811.161	.706	.970
M18	192.73	806.214	.770	.970
M19	192.74	816.579	.641	.970
M20	192.74	814.734	.684	.970
M21	192.83	829.257	.558	.971
M22	192.91	828.289	.511	.971

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M23	192.88	828.712	.500	.971
M24	192.55	825.457	.478	.971
M25	192.71	821.543	.630	.971
M26	192.95	811.892	.682	.970
M27	193.07	811.080	.606	.971
M28	192.91	815.145	.609	.971
M29	192.34	829.363	.432	.971
M30	192.68	814.993	.652	.970
M31	192.52	813.112	.688	.970
M32	192.73	824.051	.562	.971
M33	193.15	817.923	.615	.971
M34	193.05	811.257	.728	.970
M35	193.03	815.903	.696	.970
M36	192.91	813.962	.692	.970
M37	192.85	819.168	.618	.971
S1	192.97	822.651	.545	.971
S2	193.04	820.376	.587	.971
S3	192.87	820.771	.591	.971
S4	192.67	829.266	.499	.971
S5	192.52	827.832	.506	.971
S6	192.55	830.842	.441	.971
S7	192.48	829.827	.478	.971
S8	192.84	827.237	.510	.971
S9	192.70	825.303	.605	.971
S10	192.67	831.709	.420	.971
S11	192.74	827.983	.520	.971
S12	192.90	829.337	.494	.971
S13	192.95	822.172	.524	.971
S14	192.81	825.252	.537	.971
S15	192.76	823.694	.597	.971
TOTALS	192.78	820.636	.651	.970
B1	192.95	821.003	.585	.971
B2	192.99	820.872	.611	.971
B3	192.96	822.454	.569	.971



รายชื่อของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สัมภาษณ์ จำนวน 6 ท่าน

การวิจัย เรื่อง ทศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สัมภาษณ์ จำนวน 6 ท่าน คือ

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. วรสิทธิ์ อิศสระ | โรงแรมศรีพันวาภูเก็ต |
| 2. ประชัน ปจันทรบุตร | ครัวตัวเอง |
| 3. โชติ ตั้งวินิต | ครัวโชติรส |
| 4. เรณู จันทร์พิงสุข | มัลลเทศก์ |
| 5. นิภา หนูช่วย | มัลลเทศก์ |
| 6. ศ.ต.ต.หญิงสุดาจันทร์ มานะบุตร | นักบริหารงานทั่วไป รักษาราชการแทน
ผู้อำนวยการกองวิชาการและแผนงาน |

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	ศ.อ. เกียรติภูมิ กลีบกลาง
วัน เดือน ปี เกิด	27 พฤษภาคม 2513
สถานที่เกิด	ลพบุรี
ประวัติการศึกษา	
2557	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว (หลักสูตรภาษาไทย) มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตกรุงเทพ
2547	ร.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ที่อยู่ปัจจุบัน	284/75 หมู่ 5 ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
ที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนสอนขี่ม้า โจโจ้ฮอर्स คลับ 284/75 หมู่ 5 ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าของกิจการ
อีเมลล์	mikecareforme@hotmail.com

