

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
เกาะพีพีดอน – เกาะพีพีเล จังหวัดกระบี่**

**FACTORS AFFECTING THAI TOURISTS' SATISFACTIONS TOWARDS
THE TOURIST SOURCE MANAGEMENT PHI PHI DON ISLAND
AND PHI PHI LAY ISLAND, KRABI PROVINCE**



**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ปีการศึกษา 2557**



© 2557

สาวณี สงสุข

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
เกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่
ผู้วิจัย สาวิณี สงสุข

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

กรรมการบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร. พุฒิธร จิรายุส)

กรรมการบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร. ชมพูนุช จิตติถาวร)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.ดร. พนรัตน์ ปานมณี)

(ดร. อภิเทพ แซ่โล้ว)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สิงหาคม 2557

ชื่อภาคนิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการ
แหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่

ผู้วิจัย: ศาวิณี สงสุข รหัสนักศึกษา :012340044

หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว

ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พืพีเล จังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและร้อยละ การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ One Way ANOVA (F-test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ภูมิลำเนาภาคใต้ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000 - 25,000 บาท

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ส่วนประสมทางการตลาด

Title: Factors Affecting Thai Tourists' Satisfaction Towards The Tourist Source Management Phi Phi Don Island And Phi Phi Lay Island, Krabi Province

Researcher: Sawinee Songsuk **Student ID:**012340044

Degree: MBA (General Management);

Advisor: Dr. Apitep Seakow

Academic year: 2014

Abstract

This Research aims to study the marketing mix factors (7P's) affecting Thai tourists' satisfactions towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province. The target groups used were 400 Thai tourists touring Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, as gathered by the sets of questionnaire based upon accidental sampling. The outcomes were analyzed by statistics to find mean, frequency, standard deviation, and percentage. The hypothesis testing used t-test, One Way ANOVA, F-test, and pearson product moment correlation coefficient at the statistic significance level of 0.05.

According to basic data, most of tourists were female, aged 21-30 years, having their domicile in south region, completing the bachelor's degree, with single status, being private company employees, and having average incomes in the amount of 10,000 - 25,000 Baht.

According to the Study, different demographic factor on occupation affected Thai tourists' satisfactions towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, in the different manner at the statistic significance level of 0.05; factors on tourists' behaviors, namely, different touring objective and different touring nature affected Thai tourists' satisfactions towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, in the different level at the statistic significance level of 0.05; and marketing mix factors (7P's) affected Thai tourists' satisfactions towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, in the different statistic significance level of 0.05.

Keywords: Factor's Affecting Satisfaction, Tourists' Behaviors, Marketing Mixes.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้เสร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งคอยให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ไปจนถึงเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยหลายๆท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือ ในงานวิจัยฉบับนี้รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน

ขอขอบพระคุณ เจ้าของงานวิชาการต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้อ้างถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่ได้อบรมเลี้ยงดูเป็นอย่างดีและคอยเป็นกำลังใจ คอยช่วยเหลือและสนับสนุนตลอดระยะเวลาการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบความดีให้แก่ครอบครัวและคณาจารย์ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

สาวิณี สงสุข

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ

บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 ขอบเขตการวิจัย	7
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	8
1.5 สมมติฐานของการวิจัย	9
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	11
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	18
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	20
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	22
2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	45
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	46
3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	48
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	52
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	54
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	58
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's)	63
ตอนที่ 4 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	68
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	115
5.1 สรุปผลการวิจัย	115
5.2 อภิปรายผล	121
5.3 ข้อเสนอแนะ	123
บรรณานุกรม	126
ภาคผนวก	130
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	130
ภาคผนวก ข. แบบทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC	138
ภาคผนวก ค. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	149
ภาคผนวก ง. รายนามผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือ	152
ประวัติผู้วิจัย	153

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลยอดนิยมในภาคใต้ของนักท่องเที่ยว	2
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามเพศ)	54
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามอายุ)	54
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามภูมิภาคนา)	55
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามระดับการศึกษา)	56
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามสถานภาพสมรส)	56
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามอาชีพ)	57
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามรายได้)	57
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามประสบการณ์ท่องเที่ยว)	58
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์	59
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเดินทาง	59
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง	60
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาเดินทาง	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาพักผ่อน	61
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง	61
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่าย	62
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มการกลับมาเที่ยว	62
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์	63
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา	64
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	64
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด	65
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบุคลากร	66
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านลักษณะทางกายภาพ	67
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกระบวนการบริการ	68
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม	69
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.26	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยด้านราคา	71
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยด้านการส่งเสริมการตลาด	72
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	73
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยด้านบุคลากร	74
ตารางที่ 4.30	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยด้านลักษณะทางกายภาพ	75
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยด้านกระบวนการบริการ	76
ตารางที่ 4.32	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	77
ตารางที่ 4.33	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	78
ตารางที่ 4.34	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	80
ตารางที่ 4.35	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา	81
ตารางที่ 4.36	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	83
ตารางที่ 4.37	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	84
ตารางที่ 4.38	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	85
ตารางที่ 4.39	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	87
ตารางที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	88
ตารางที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	89
ตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	91
ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	93
ตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	95
ตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	96
ตารางที่ 4.47 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	97
ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว	98
ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	99
ตารางที่ 4.50 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวัตถุประสงค์เป็นรายคู่	101
ตารางที่ 4.51 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามวัตถุประสงค์เป็นรายคู่	102
ตารางที่ 4.52 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเป็นรายคู่	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.53	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	105
ตารางที่ 4.54	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรายคู่	107
ตารางที่ 4.55	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรายคู่	108
ตารางที่ 4.56	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรายคู่	109
ตารางที่ 4.57	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรายคู่	111
ตารางที่ 4.58	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเป็นรายคู่	112
ตารางที่ 4.59	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) กับความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	113

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	จำนวนธุรกิจนำเข้าในภาคใต้ของไทย	3
ภาพที่ 1.2	แสดงตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	6
ภาพที่ 1.3	กรอบแนวคิดการวิจัย	8
ภาพที่ 3.1	สูตร Taro Yamane	46
ภาพที่ 3.2	ระดับการแปรผลคะแนนความพึงพอใจ	48
ภาพที่ 3.3	สูตรหาค่าความถี่	49
ภาพที่ 3.4	สูตรหาค่าเฉลี่ย	50
ภาพที่ 3.5	สูตรหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	50
ภาพที่ 3.6	วิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)	51

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ซึ่งในปี 2552 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะเดียวกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รายได้เงินตราต่างประเทศดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจได้และยังช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในช่วงที่การส่งออกสินค้าของไทย มีแนวโน้มชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559) อ้างอิงในศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการที่มีคุณค่าต่อชีวิตมนุษย์และมีความสำคัญต่อประเทศชาติปัจจุบันประเทศไทยได้มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายยิ่งขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตได้อย่างรวดเร็วและมีรายได้เป็นจำนวนมากเข้ามาในประเทศ ทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องถือได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้เกิดความเจริญทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมไทยได้ การท่องเที่ยวหลายรูปแบบเป็นไปตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความต้องการ ความพอใจเพื่อแสวงหาความสุข ความเพลิดเพลินหรือเพื่อเป็นการทัศนศึกษาหรือศึกษาหาความรู้ เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ จักเป็น

กิจกรรมอีกประเภทหนึ่งที่น่าสนใจอย่างมาก และกลายเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกในขณะนี้ (เบญมาศ ประยูรหงส์) 2549

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องในภาคใต้

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคใต้ เนื่องจากภาคใต้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ทั้งนี้ด้วยความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลทั้งนี้ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคใต้ที่มีอาณาเขตติดต่อกับมหาสมุทรทั้ง 2 ด้านทำให้มีจุดเด่นตรงที่มีชายหาดและเกาะแก่งที่สวยงามทั้งฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติใต้ท้องทะเลซึ่งเอื้ออำนวยต่อกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่ กิจกรรมดำน้ำและกีฬาทางน้ำ (เรือใบ เรือบานาน่าโบ๊ท วินด์เซิร์ฟ เป็นต้น) รวมทั้งกิจกรรมอนุรักษ์สัตว์ทะเล เช่น การปล่อยเต่าทะเล และการจัดสร้างแหล่งอาศัยสัตว์ทะเล (ปะการังเทียม) เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในปัจจุบัน

จากรายงานสถิติล่าสุด ของ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในปี 2554 มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้สูงกว่าทุกภาค (หากไม่นับรวมกรุงเทพฯ) คือ รวมทั้งสิ้น ประมาณ 27,319,500 คน (รวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจะเดินทางมากกว่า 1 จังหวัดในการเดินทางแต่ละครั้ง) ในจำนวนนี้ประมาณร้อยละ 43 เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ท่องเที่ยวให้ภาคใต้ในสัดส่วนสูงถึงกว่าร้อยละ 71 ของรายได้ท่องเที่ยวรวมของภาคใต้ที่มีมูลค่า 307,239 ล้านบาทในปี 2554 (อ้างอิงในศูนย์วิจัยกิจการไทย)

ตารางที่ 1.1 แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลยอดนิยมในภาคใต้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2554

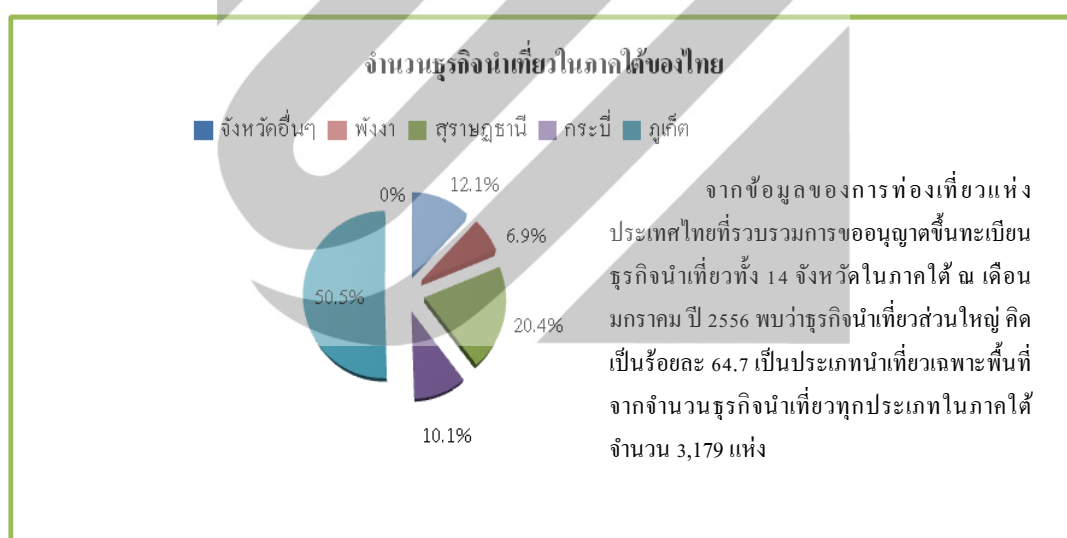
แหล่งท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ภูเก็ต	6,622,776	56.7	163,927	74.7
กระบี่	1,340,851	11.5	22,369	10.2
สมุย	702,180	6.0	10,138	4.6
พังงา	620,038	5.3	4,709	2.1
จังหวัดอื่นๆ	2,397,181	20.5	18,400	8.4
รวมทั้งภาคใต้	11,683,026	100.0	219,543	100.0

ที่มา กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อ้างอิงในศูนย์วิจัยกิจการไทย

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในภาคใต้ดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทำให้มีความคึกคักเห็นได้จากเม็ดเงินรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สะพัดตามแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น ภูเก็ต (มูลค่า 1.64 แสนล้านบาท) กระบี่ (มูลค่า 2.24 หมื่นล้านบาท) เกาะสมุย (มูลค่า 1.01 หมื่นล้านบาท) และพังงา (มูลค่า 4.71 พันล้านบาท) รายได้ที่สะพัดตามเมืองท่องเที่ยวชายทะเลหลักดังกล่าวมีมูลค่ารวม 2.01 แสนล้านบาท มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 91.6 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางท่องเที่ยวภาคใต้ ซึ่งมีมูลค่ารวม 2.2 แสนล้านบาท

วิธีการทำธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวในภาคใต้ของไทย

แม้ว่าภาวะการแข่งขันของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในภาคใต้จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นแต่จากศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลในภาคใต้ของไทย โดยเฉพาะแถบอันดามันและอ่าวไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังสามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งได้เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2556 มีธุรกิจนำเที่ยวในภาคใต้ที่ขึ้นทะเบียนรวมทั้งสิ้น 3,179 แห่ง โดยแต่ละรายจะเสนอรายการนำเที่ยวในรูปแบบแพ็คเกจต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นความโดดเด่นทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้



ภาพที่ 1.1 จำนวนธุรกิจนำเที่ยวในภาคใต้ของไทย ปี 2556

ที่มา ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ในภาคใต้ส่วนใหญ่อยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลักโดยในภูเก็ตมีจำนวน 1,038 แห่งคิดเป็นร้อยละ 50.5 ของธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ทั้งหมดของภาคใต้ รองลงมาคือ สุราษฎร์ธานี จำนวน 420 แห่งคิดเป็นร้อยละ 20.4 กระบี่จำนวน 207 แห่งคิดเป็นร้อยละ 10.1 และพังงา จำนวน 142 แห่งคิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

สถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อพิจารณาในระดับโลกแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงโดยเน้นคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย สวยงาม สะอาดและบริการที่ดี รูปแบบของการเดินทางมีแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อน ศึกษาวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ภายใต้อุตสาหกรรมด้านการเมืองที่มีแนวโน้มยึดถือไปในช่วงไตรมาส 2 ปี 2557 ตลาดไทยเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตเป็นบวกอยู่ แม้ว่าจะไม่มากกว่ปีก่อนหน้า โดยคาดว่าจะสร้างรายได้ท่องเที่ยวมูลค่า 7.25 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 8.2 เมื่อเทียบกับปี 2556 ที่คาดว่าจะเติบโตร้อยละ 13.8 นอกจากตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศแล้วตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยก็มีความสำคัญในการสร้างเม็ดเงินสะพัดไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่การท่องเที่ยวไทยประสบภาวะวิกฤตส่งผลกระทบทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยถดถอยลงการกระตุ้นการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยสามารถช่วยชดเชยตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หดหายไปได้บางส่วนและเสริมสภาพคล่องทางการเงินให้บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของไทยสามารถประคองกิจการให้ผ่านพ้นช่วงวิกฤตมาได้ หลายครั้งปัญหาที่พบบ่อยตามสถานที่ท่องเที่ยว ยกตัวอย่าง เช่น การรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับภูมิภาคของไทย ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ค้ำค้ำเงินมีจุดแข็งของสินค้าทางการท่องเที่ยว ถึงแม้จะเป็นสินค้าเก่าสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวหลักที่สำคัญก็ตามถ้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ อาจทำให้เกิดกิจกรรมอื่นๆตามมาได้ เช่น

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่ของไทย เช่น วิถีชุมชนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาในภาคกลาง วิถีชาวเลในภาคใต้ ชุมชนชาวไทย-มอญในภาคตะวันตก ชุมชนชาวไทยภูเขาในภาคเหนือ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงกลุ่มที่เดินทางไปทำกิจกรรมเพื่อสังคมและเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญตามต่างจังหวัดต่างๆ ด้วย

2. กลุ่มเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ที่มีการผสมผสานกับกิจกรรมด้านกีฬา เช่น กลุ่มกีฬา กอล์ฟ กลุ่มวิ่งเพื่อสุขภาพ กลุ่มนั่งสมาธิ การรวมกลุ่มนักปั่นจักรยาน / ขับขี่จักรยานยนต์ประเภทบิ๊กไบค์ ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นต้น

โดยในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาตลาดไทยเที่ยวไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้พิจารณาจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย ที่เพิ่มขึ้นจากจำนวน 98.00 ล้านคน (มีการนับซ้ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวคนไทยแวะเที่ยวมากกว่า 1 จังหวัดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) ในปี 2552 เป็น 150.51 ล้านคนในปี 2555 และสร้างรายได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว จากที่มีมูลค่า 2.65 แสนล้านบาทในปี 2552 เพิ่มขึ้นเป็น 5.89 แสนล้านบาทในปี 2555 แม้ว่าในบางช่วงจะเกิดสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศอันเนื่องมาจากความขัดแย้งทางการเมือง และอุทกภัยครั้งร้ายแรงในช่วงปลายปี 2554

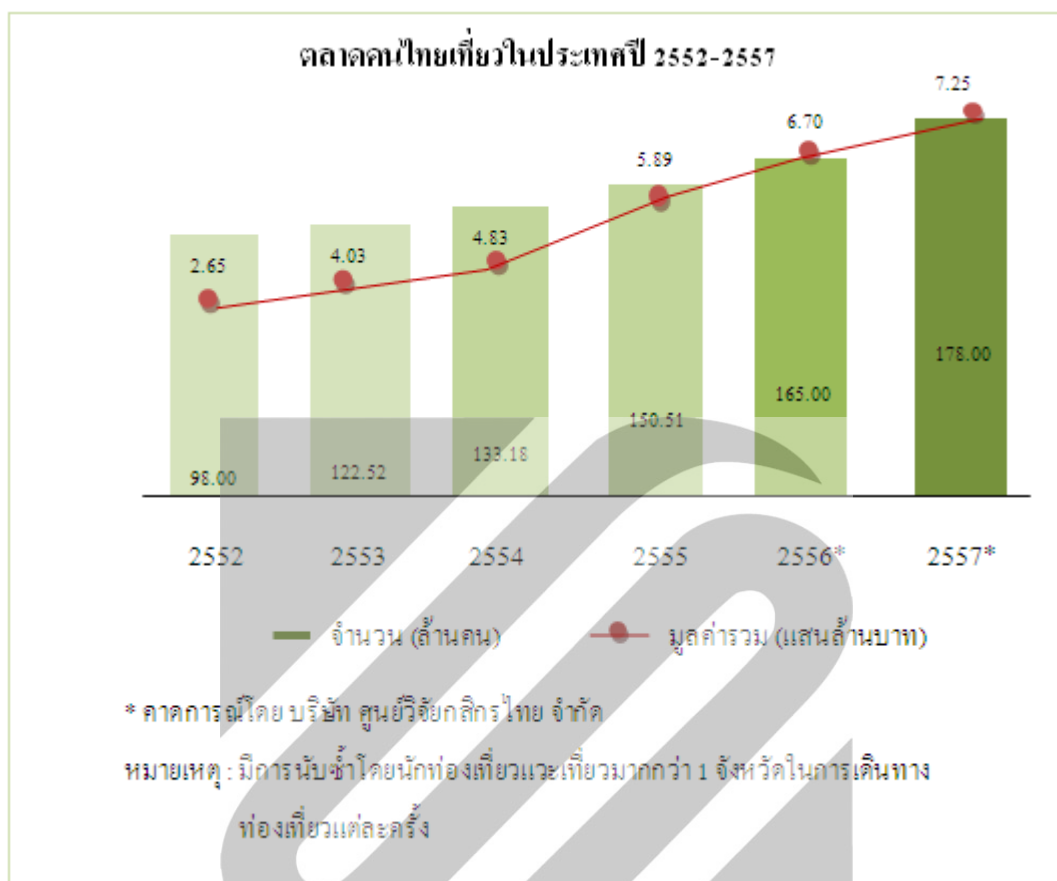
สำหรับในปี 2556 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศอาจขยายตัวประมาณร้อยละ 9.6 หรือมีจำนวน 165.0 ล้านคนซึ่งสามารถสร้างรายได้ท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า ประมาณ 6.70 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.8 เมื่อเทียบกับปี 2555 แนวโน้มไทยเที่ยวไทย ปี 57: คาดสร้างรายได้สะพัด 7.25 แสนล้านบาทในปี 2557 การท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มต้องเผชิญความท้าทายหลายประการ ที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตของตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะการชะลอการเติบโตของเศรษฐกิจไทย และการขาดเสถียรภาพด้านการเมือง ซึ่งนำไปสู่สถานการณ์ความไม่สงบสุขภายในประเทศ เหล่านี้ล้วนไม่เอื้อต่อบรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย อย่างไรก็ดี ในปี 2557 ยังมีปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยแม้ในอัตราที่ช้าลง ได้แก่

- กิจกรรมกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศโดยแต่ละจังหวัดต่างหันมาพัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ ซึ่งอาจจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ภูเขา ทะเล หาดทราย สวนผลไม้ ไร่ผัก ไร่ดอกไม้) แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม (งานประเพณีประจำท้องถิ่นต่างๆ) รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (สวนน้ำ สวนสนุก สวนสัตว์)

- การเติบโตของธุรกิจสายการบิน โดยเฉพาะธุรกิจการบินต้นทุนต่ำที่หันมาขยายเส้นทางบินภายในประเทศจากเมืองเศรษฐกิจหลักในส่วนภูมิภาคไปยังเมืองท่องเที่ยวอื่นเช่น เชียงใหม่-กระบี่ เชียงใหม่-ตาก (แม่สอด) เป็นต้น

- คนไทยเริ่มวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดากันมากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว และหลีกเลี่ยงความแออัดของนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวที่คนไทยส่วนใหญ่ยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวทั้งระยะใกล้และระยะไกล เช่น เทศกาลเข้าพรรษา (11-12-13 กรกฎาคม 2557) วันหยุดช่วงเทศกาลสงกรานต์ (12-13-14-15 เมษายน 2557) เป็นต้น

- กิจกรรมส่งเสริมการตลาดระหว่างธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ธุรกิจการบิน / ธุรกิจโรงแรม / ธุรกิจบริการร้านอาหาร ร่วมกับสถาบันการเงินโปรโมชันการผ่อนชำระแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างๆผ่านบัตรเครดิตโดยไม่คิดดอกเบี้ย เช่น ผ่อน 0% นาน 6 เดือน เป็นต้น



ภาพที่ 1.2 แสดงตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ
ที่มา ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน ที่การชุมนุมทางการเมืองส่งสัญญาณยืดยาวต่อเนื่องไปถึงไตรมาส 2 ของปี 2557 ส่งผลให้ตลาดคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีแนวโน้มชะลอการเติบโตลง โดยคาดว่าจะมีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 178.0 ล้านคน เติบโตร้อยละ 7.9 จากปีก่อนหน้า และสร้างเม็ดเงินรายได้ท่องเที่ยวสะพัดประมาณ 7.25 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ในกรณีปกติหากไม่มีปัจจัยกระทบทางการเมือง ตลาดคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ น่าจะมีจำนวนประมาณ

185.0 ล้านคนในปี 2557 เติบโตร้อยละ 12.1 จากปี 2556 และก่อให้เกิดรายได้ท่องเที่ยวมูลค่าประมาณ 7.84 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 17.0 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ความสำคัญของการวิจัย

ทราบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่ แล้วสามารถนำผลจากการวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเกาะพีพีดอน-พีพีเลให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่สวยงามของจังหวัดกระบี่อีกด้านหนึ่งให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับรู้

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและพัฒนาไปสู่ระดับมาตรฐานสากล เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย การขยายตัวเพิ่มขึ้นของตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวสามารถสร้างเม็ดเงินมหาศาลรายได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-เกาะพีพีเล บริเวณท่าเรือเกาะพีพีดอน ซึ่งตั้งอยู่บริเวณอ่าวตันไทร
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาของการวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม 2557 ถึงเดือน กรกฎาคม 2557 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา คัดแปลงจาก น้ำฝน จันทน์นวล.(2555)

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่รูปแบบการเดินทางลักษณะการมาท่องเที่ยว ประสบการณ์การมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เกาะ (Island) ตามกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยกฎหมายทะเล มาตรา 121 บัญญัติไว้ว่าเกาะ หมายถึง พื้นที่ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและมีน้ำล้อมรอบ โดยพื้นที่อยู่เหนือระดับน้ำในขณะน้ำขึ้นเต็มที่แล้ว

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ หมายถึงสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีเกาะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ ได้แก่ การดำน้ำดูปะการัง และสัตว์ทะเล การเล่นน้ำ การเที่ยวชมชายหาด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิง เชื่อมญาติหรือการไปร่วมประชุมสัมมนาแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นถาวร

4. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้และรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยเสียค่าบริการ

5. นักทัศนจร หมายถึง ผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน

6. ผู้เยี่ยมชม หมายถึง นักท่องเที่ยวและนักทัศนจร

7. ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุดเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมีโอกาที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่ตนพึงพอใจมาแล้ว ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้

8. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

9. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงานการจัดการเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดการพัฒนายั่งยืน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่
2. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่
3. ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนปฏิบัติงานหรือพัฒนาปรับปรุงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่ในด้านต่างๆให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน เกาะพีพีเล จังหวัดกระบี่ ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา รวบรวมเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ
- 2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544:1-3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามมติการประชุมในปี พ.ศ 2506 ซึ่งองค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไปพำนักรอยู่เป็นการถาวร หรือให้อาจใช้คำว่า ผู้มาเยือน (Visitor) แทนคำว่า นักท่องเที่ยวค้างคืน (Tourism) ซึ่งมีความหมายเป็นสองประเภทคือ

1. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (ทัศนจร หรือ Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง
2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic tourist) หมายถึงคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่ไปทำการหารายได้และระยะที่พำนักรอยู่ไม่เกิน 60 วัน ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพำนักรอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางเยือนเพื่อพักผ่อน ทัศนศึกษา ศึกษาศิลปวัฒนธรรม พักผ่อน ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือร่วมประชุมสัมมนา เป็นต้น

ประเทศไทยได้ใช้คำจำกัดความตามที่กำหนดขึ้นนี้ เป็นหลักในการจดนับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งสรุปแล้ว หมายถึง ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย

และพำนักรู้ครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่ต่ำกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรมดังนี้

1. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ
2. มาท่องเที่ยวและพักผ่อน เพื่อพักผ่อน มาเยี่ยมญาติ ฯลฯ
3. มาร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนของสมาคม นักกีฬา ผู้แทนศาสนา นักแสดง ฯลฯ
4. มาเพื่อเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะจอดแวะน้อยกว่า 1 คืน

(อ้างถึงใน สราวุธ มูลอิต, 2550:10-11)

ฉันทน์ วรรณธอม (2546:74) ได้กล่าวว่า คำว่า นักท่องเที่ยว ตามความหมายในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ปี พ.ศ.2535 หมายถึง บุคคลที่ต้องเดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยวัตถุประสงค์อื่นใดด้วยความสมัครใจที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ และให้หมายรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยต้องเสียค่าบริการนั้นๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรม ที่ผิดแผกแตกต่างออกไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เพื่อที่ผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวได้สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือว่าเป็นการส่งออกสินค้าที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าคือการบริการต่างๆ ผลประโยชน์จะอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นิคม จารุมณี, 2536: 5-7 (อ้างถึงใน สราวุธ มูลอิต, 2550: 10)

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สืบเนื่องจากการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาตามการปฏิรูประบบราชการซึ่งอาศัยกฎหมาย พ.ร.บ.ระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 และ พ.ร.บ. ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เกี่ยวกับการโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ รวมทั้งการแก้ไขบทบัญญัติให้สอดคล้องกับการโอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ต้องโอนภาระงานด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านพัฒนาบริการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

และด้านทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวไปให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จะยังคงทำหน้าที่ตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 จนกว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะรับโอนภาระกิจไปดำเนินการหลังเดือนตุลาคม พ.ศ. 2547 ไปแล้ว

นับตั้งแต่ พ.ศ. 2546 ททท.จึงได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก จึงได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2546 -2549 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549: เว็บไซต์ (อ้างถึงใน สรายุทธ มูลอิต, 2550: 11-12)

1. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้แก่บุคลากร ให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาดให้มีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้อัตลักษณ์สากล

2. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-Tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกันเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

4. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับภายในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

5. ส่งเสริมการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

กิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Activities)

ปรีดา แซ่เล้า (2551:22-23) กล่าวว่า ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ นั้น นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ตามความชอบ ตามความถนัดตามความชำนาญที่ได้รับการฝึกมา เช่น การท่องเที่ยวเดินป่าชมและศึกษาพรรณไม้สมุนไพร การปีนเขา การดูนกดูแมลง การขี่จักรยานท่องเที่ยว การขี่ม้า การเล่นกอล์ฟ การเล่นบอลลูน การฝึกช้าง การเล่นเรือใบ การล่องแก่ง ล่องเรือยาว การดำน้ำ การเล่นเจ็ตสกีและสกีน้ำ การวาดภาพและการถ่ายภาพ การเรียนทำอาหาร เรียนศิลปะการแสดงสาขาต่าง ๆ การนวดแผนไทย การเรียนและฝึกสมาธิ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวมานี้ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบเฉพาะตัวบุคคลเกณฑ์กำหนดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการจัดการที่ยั่งยืน (Criteria for Tourism Destination) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจที่คุ้มค่าตามแนวคิดกระแสเศรษฐกิจสมัยโลกไร้พรมแดนนั้น ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องมีเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อกำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยนำหลักการและขั้นตอนของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาใช้แล้ว แต่ละแห่งควรมีเกณฑ์ดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นดั้งเดิม มีความสะอาด ร่มรื่น
2. มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติหรือวัฒนธรรมภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น มีเคาน์เตอร์บริการข่าวสารมุนิทรสการ ห้องสุขาสะอาด มุมจำหน่ายของที่ระลึก มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งมีระบบบริการคนพิการด้วย การบริหารจัดการในลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีความปลอดภัย สะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกระดับ (คนสูงอายุ เยาวชน และคนพิการ) ต่อการเดินทาง
3. มีนโยบายและแผนงานต่อการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งแผนงานการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาเป็นระยะ ๆ เพื่อให้เกิดความรู้แก่นักท่องเที่ยว
5. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ที่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน
6. มีแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
7. มีมัคคุเทศก์ หรือวิทยากร หรือนักสื่อความหมายท้องถิ่น ที่รอบรู้ นำชมเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ความรู้ มีความเข้าใจ มีความทรงจำ ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น
8. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยว (ธรรมชาติและวัฒนธรรม) ทั้งเส้นทางไปกลับทางเดิมเส้นทางเป็นแบบวงรอบหรือวงกลมอย่างน้อย 1 เส้นทางจัดทำเส้นทางศึกษาและท่องเที่ยววนั้น ต้องคำนึงถึงความสะดวก

9. มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นและพหุภาคี เช่น องค์กรภาครัฐบาล องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) องค์กรบริหารท้องถิ่น (เทศบาลและ อบต.) และแบ่งปันผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส

10. มีแผนพัฒนานุคคลและบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

11. มีแผนงานการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลการบริการ เพื่อพัฒนาการจัดการให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

12. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมที่รักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

ปรีดา แซ่เล้า (2551:23-24) กล่าวว่า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยทางธรรมชาติ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ทางด้านกายภาพ หรือธรรมชาติ(Physical Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ซึ่งจะมีส่วนในการสร้างสรรค์ภูมิทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ที่สำคัญได้แก่

1.1 ลักษณะภูมิประเทศ

1.2 ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีฝนหรือมีอากาศชุ่มชื้นมากเกินไป อุณหภูมิของอากาศพอเหมาะแต่ไม่ถึงกับร้อนจัดแสงแดดไม่จัดมากและมีลมพัดแผ่วเบา

2. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) หมายถึง ผลงานด้านต่าง ๆ ที่มนุษย์แต่ละกลุ่มสร้างสรรค์ขึ้น และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน คำว่าวัฒนธรรมมีความหมายกว้าง

2.1 มรดกทางประวัติศาสตร์ประเทศไทย

2.2 ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมและการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือและสืบทอดต่อกันมา

2.3 การคมนาคม กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวจะมีความเจริญก้าวหน้าเพียงใดจะต้องอาศัยการคมนาคมที่สะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว และประหยัดที่สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในเมืองและชนบท

2.4 การประกอบอาชีพ ลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น และไม่สามารถพบเห็นได้ในถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว

2.1.1 รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยว

พัชรภา เชนานุภานนท์ (2545:19-20) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวไว้ 4 รูปแบบดังนี้

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดกลยุทธ์ไทยเที่ยวไทยไว้ ดังนี้

- เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในโดยการจัด Promotion Amazing Thailand, จัด Package ทัวร์ในราคาประหยัด, จัดรายการส่วนลดราคาท่องเที่ยวสำหรับคนไทย ฯลฯ

- เน้นพัฒนาการคมนาคมให้สะดวกในการเดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

- มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เน้นการท่องเที่ยวระยะสั้นระยะเวลาการเที่ยว 1-2 วัน ลักษณะ Holiday Tourism & Sightseeing

- จัดช่องทางการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำ เช่น จัดทัวร์การท่องเที่ยวทางน้ำ ได้แก่ ท่องเที่ยวล่องคลองบางกอกน้อย การท่องเที่ยวตามลุ่มน้ำเจ้าพระยา หรือการเดินทางโดยรถไฟ สร้างตลาดท่องเที่ยวทางรถไฟ จัดทัวร์แบบเช้าไปเย็นกลับ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) จากการวิเคราะห์ตัวเลขสถิติ การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีลักษณะกิจกรรมทางธรรมชาติเชิงนิเวศน์หรือกิจกรรมประเภทการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวไทยจะเป็นวัยทำงานเป็นส่วนมาก และมีลักษณะการเที่ยวแบบ Holiday Tourism ใช้ระยะเวลาสั้น การท่องเที่ยวภายในประเทศ จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เนื่องจากประเทศไทยยังมีอัตราการท่องเที่ยวภายในประเทศต่ำ จึงต้องพึงพิงรายได้ส่วนใหญ่จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรือเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Eco-Tourism ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศน์วิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ Nature Tourism หรือ Bio-Tourism หรือ Green Tourism แทน Eco-Tourism ได้เช่นกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

4. การท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism) การท่องเที่ยวที่มีลักษณะรูปแบบบริการเพื่อสังคม เช่นในกลุ่มประเทศยุโรปจะมีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสังคมสำหรับผู้ด้อยโอกาสในสังคม เด็ก และคนพิการ หรือ พลเมืองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ เป็นต้น จะเป็นรูปแบบการออกค่าย ฤดูร้อน การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

พัชรภา เดชานุภานนท์ (2545:19-20) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้นประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเหล่านี้มีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบการท่องเที่ยว แต่ละประเภท โดย องค์ประกอบของการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน มีดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกในการเลือกท่องเที่ยวจัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญ นักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันรูปแบบของการท่องเที่ยวมีดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นด้วยเหตุผลที่ต่างกัน อาทิ การพักผ่อน การบำบัดหรือรักษาสุขภาพ เพื่อเป็นศูนย์กลางของการกีฬา หรือสร้างขึ้นเพื่อเป็นศาสนสถาน อนุสาวรีย์ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอื่นๆ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งมีลักษณะของความสวยงามมีความโดดเด่นและความแปลกที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพทางภูมิศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่น มีคุณค่าต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจหรือค้นคว้าหาความรู้ทางธรรมชาติ

1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และ ศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมแก่การแสวงหาความรู้ หรือเพื่อศึกษาถึงร่องรอยความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ อาทิ โบสถ์ เจดีย์ วัด หรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เมืองโบราณ ฯลฯ

2. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกทางด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อประกอบกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งในกระบวนการได้หมายรวมถึงการส่งเสริม และพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

3. การบริการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การบริการที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และก่อให้เกิดความรื่นเริงบันเทิงใจ ซึ่งเหล่านี้ในบางครั้งถือเป็นจุดดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน การบริการทางการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ อาหารที่พัก แหล่งบันเทิง แหล่งจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก กิจกรรมสาธิตปฏิบัติ ฯลฯ ทั้งนี้รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ

2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

3. บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พักอาหาร แหล่งบันเทิง แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุวิรัชชัย โสภณศิริ (2554) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยมีสภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. **สถานการณ์** หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำในขณะที่มีพายุ ฝนฟ้าคะนอง

3. **ความพร้อม** หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมโต้เขาป็นหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

4. **การแปลความหมาย** หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่นเวลา สิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. **การตอบสนอง** คือ การตัดสินใจการกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

6. **ผลลัพธ์ที่ตามมา** คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับการคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวมีกำหนดการเดินทางไปเพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทยแต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้

7. **ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง** คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการโดยตรง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป

สุวิรัชชัย โสภณศิริ (2554) ได้อธิบายความหมายของคำว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิมโดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรงแม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพหรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม จัดสัมมนาฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยว มักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยประกอบเป็นตัวสนับสนุนหรือแรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคลซึ่งไม่เท่ากัน

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2.3.1 ความหมายของการบริการ

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543:6-7) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือ ผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัส และจะต้องได้ยากเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกรจะส่งมอบให้ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

ความสำคัญของการบริการ

ณรงค์ฤทธิ์ โตริต (2542: 44) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการดังนี้

1. ความตรงต่อเวลา (On time)
2. ต้องรักษาคำมั่นสัญญา
3. การให้คนอื่นรู้สึกชื่นชมตัวเอง
4. การบริการที่ดีจะต้องผูกใจคน (Human touch)
5. บริการที่ดี คือ บริการที่มีความไวต่อความรู้สึกของลูกค้า
6. ความทันทีทันใด (Promptness)
7. สร้างความประทับใจในการให้บริการด้วยคุณภาพ
8. ต้องมีการปรับปรุงอยู่เสมอ
9. ต้องแสวงหาเทคโนโลยีเพิ่มเติม
10. ต้องมีการรับประกัน
11. ต้องมีเวลาให้กับลูกค้า
12. ต้องมีความรวดเร็ว
13. ต้องมีคำตอบที่แม่นยำให้กับลูกค้า
14. บริการที่ดีต้องมีความสุภาพ

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2542:7) บริการจะได้รับการทำขึ้นและส่งมอบให้ผู้รับบริการ (ลูกค้า) การบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่สูญสลายไปได้ง่ายเพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

วัชรารณ สุริยาภิวัฒน์ (2546:15) การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น เพื่อให้แก่สมาชิกตามหน้าที่และความสามารถของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับการบริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นๆ เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในระยะต่อไป เพื่อทำให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2542:7) ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อโดยที่ธุรกิจด้านบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพอใจที่ได้รับบริการนั้นๆ ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549:18) การบริการ เป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการนำไปสู่ความพึงพอใจ

จินตนา บุญบงการ (2539:15) การบริการ (service) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ยากและเสื่อมสูญสภาพไป การบริการเป็นกระบวนการของกิจกรรมส่งมอบจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการในรูปของเวลา สถานที่ และเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางด้านจิตใจทำให้เกิดความพึงพอใจ การบริการเป็นหลักปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร 7 ดังนี้

1. S: Smiling and Sympathy การยิ้มแย้ม การเอาใจใส่ การเห็นใจของผู้รับบริการ
2. E: Early Response การตอบสนองความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว
3. R: Respectful การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติแก่ผู้รับบริการ
4. V: Voluntariness Manner การใช้บริการที่ทำอย่างสมัครใจและเต็มใจ
5. I: Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร
6. C: Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน และสุภาพแก่ผู้รับบริการ
7. E: Enthusiasm ความกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังไว้

2.3.3 ความหมายของธุรกิจบริการ

นัตยาพร เสมอใจ (2550:10) ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริการ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจ

ปณิศา สัตยฐานนท์ (2548:163) ธุรกิจบริการเป็นการบริการ (service) ซึ่งเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม ธนาคาร เป็นต้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายและแนวคิดของความพึงพอใจ

เบญจมาศ ประชุมพงษ์ (2549:6) ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกันไปตามค่านิยม และประสบการณ์ที่ได้รับ

Chaplin (1968, p. 437) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการภายในสถานที่นั้น ๆ

Vroom (1964, p. 328) ให้นิยามว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ล้วนหมายถึงผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจ และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพของความไม่พึงพอใจ

Benjamin B. Wolman (1973, p. 384) กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจว่า “เป็นความรู้สึก (Felling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดหมายหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)”

Harvey Wallestein (1971, pp. 25-26) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึก ขั้นสุดท้าย (end-state in felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์”

Joseph Tiffing & Esnest J. McCormic (1965, p. 349) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ตนไม่ต้องการ

จากความหมายข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในแง่บวกที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เป็นการได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนพอใจในทางกลับกันถ้าบุคคลไม่ได้รับการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หรือความต้องการระดับของความพึงพอใจนั้นอาจลดลงหรือไม่เกิดขึ้นในที่สุด

สุขุม นวลสกุล (2538:16) กล่าวว่า คำว่าบริการน่าจะเป็นคำที่มีคุณค่าและชวนให้ภูมิใจภูมิใจเพราะว่าการบริการนั้น หมายถึง การทำประโยชน์ให้กับคนอื่นที่มีความสุขความพอใจ ซึ่งคนที่ทำก็น่าจะมีความสุขที่ตัวเองมีคุณค่าแก่คนอื่น ฉะนั้นถ้าเราตั้งอุดมการณ์ไว้ว่า งานของเราคือบริการแล้วละก็ งานของเราจะเป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการเสมอ ผู้ที่มีหัวใจบริการจริงๆ นั้นต้องแสวงหาความรู้รอบตัว เพื่อจะได้ใช้ความรู้นั้นมาให้บริการเขาได้ ความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจหรือ

องค์กร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ หรือสินค้าที่คุณภาพเลิศเท่านั้น การพัฒนาให้หัวใจบริการกับคนในองค์กร ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ละเลยไม่ได้

Weber (1966, p. 340) ได้ชี้ให้เห็นว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้โดยไม่คำนึงตัวบุคคลหรือที่เรียกว่า *Fine Ira Et*

Katz, Denet and Branda. (1973, pp. 4-60) ได้ศึกษาการบริการประชาชนเน้นว่าหลักการที่สำคัญของการให้บริการขององค์กรของรัฐ ประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ คือ

1. การให้บริการที่มีลักษณะเป็นทางการ (Universality) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเป็นทางการ ไม่ยึดถือความสัมพันธ์ส่วนตัว แต่ยึดถือการให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ

2. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นหลักการที่ต้องให้บทบาทของประชาชนและเจ้าหน้าที่อยู่ในวงจำกัด เพื่อให้การควบคุมเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์และทำได้ง่าย ทั้งนี้โดยดูจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการว่า ให้บริการประชาชนเฉพาะเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ปฏิบัติหรือมีการสอบถามเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ หากมีการให้บริการที่ไม่เฉพาะเรื่องและสอบถามเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากจะทำให้ล่าช้าแล้วยังทำให้การควบคุมเจ้าหน้าที่เป็นไปได้ยาก

3. การวางตนเป็นกลาง (Affective neutrality) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้รับบริการโดยจะต้องไม่นำเรื่องของอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเข้ามาเกี่ยวข้องการบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า การบริการเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ผู้ให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำงานเพื่อผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำรังสัคดิ์ ชัยสนธิ (2536:15) ได้กล่าวว่า การบริการ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า (Service) ได้มีนักบริหารหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมาย โดยแยกเป็นตัวอักษรแล้วมีความหมายดังนี้

S = คือ แนวคิดกรอบขอในการบริหารจัดการ (Service Concept) และการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้มาติดต่อหรือขอใช้บริการและรับบริการ ก่อนอื่นเราต้องมี (Concept) คือแนวความคิดรวบยอด การให้บริการที่ดีต่อลูกค้า นั้นเป็นหน้าที่โดยตรงของผู้ให้บริการ และต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จะเห็นได้ว่าภัตตาคารหรือสวนอาหารที่มีบริการที่ดีนั้น ต่อให้ลูกค้าอยู่ไกลแค่ไหนลูกค้าก็จะพากันมาอุดหนุนเพราะถ้ามาแล้วได้รับบริการที่ดีก็จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการใหม่หรือบอกต่อกับเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาใช้บริการได้

E = คือ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานต้อนรับ ข้าราชการการณ พนักงานขนของ หรือตำแหน่งอื่นๆที่

เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อเห็นลูกค้าเข้ามาต้องทำการต้อนรับและกล่าวต้อนรับทักทายด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม และต้องมีความเต็มใจในการให้บริการ

R = คือ ความพร้อม (Readiness) และความรวดเร็ว (Rapidness) หมายถึง ความรวดเร็ว ฉับพลัน ทันใจและทันเวลา และมีความพร้อมในการบริการ ตัวอย่างเช่น ในธนาคารเมื่อลูกค้าเข้าไปติดต่อเพื่อที่จะฝากหรือถอนเงินก็ตาม เขาต้องการเห็นว่า เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและให้บริการเขาด้วยความรวดเร็ว หรืออยู่ซ่อมรถ เราต้องมั่นใจว่าเมื่อลูกค้าเอารถมาซ่อมเราต้องมีอะไหล่พร้อม และต้องรีบบริหารจัดการซ่อมรถให้ลูกค้าเสร็จโดยเร็ว ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความชอบและประทับใจ อย่างแน่นอน และข้อสำคัญทำให้เราซ่อมรถได้เร็ว และได้จำนวนมากขึ้น นั่นก็คือ ได้เงินเร็วขึ้น และมากขึ้นนั่นเอง

V = คือ ความมีคุณค่า (Values) ไม่ว่าจะเป็นบริการประเภทใดท่านต้องทำทุกวิถีทางที่จะให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเสมอว่า เมื่อเขารับบริการจากท่านเขารู้สึกไม่ผิดหวัง และเห็นว่าการบริการของท่านนั้นสามารถสร้างคุณค่าได้ทั้งนั้น

I = คือ ความประทับใจ (Impressive) และความสนใจ (Interesting) หมายถึงการให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกคนโดยไม่เลือกที่รัก มักที่ชัง หรือแบ่งชั้นวรรณะ เพราะไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตาม เขาต้องได้รับการบริการที่ดีด้วยกันทั้งนั้น

C = คือ ความสะอาด (Cleanliness) ความถูกต้อง (Correctives) และไมตรีจิต (Courtesy) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขายบริการ นั่นคือ ไม่ว่าท่านจะทำธุรกิจในด้านใด สถานที่ของท่านจะต้องมีความสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย คือ มีการดูแลบ้าน (House Keeping) ที่ดีเพราะใคร ๆ ก็ชื่นชมความสะอาดและความเป็นระเบียบในเรื่องของความถูกต้อง ตัวอย่างเช่น ลูกค้าสั่งอาหาร ก็ต้องนำอาหารที่สั่งมาให้ถูกต้อง ส่วนเรื่องความมีไมตรีจิตนั้น คือการให้การต้อนรับที่อบอุ่น แสดงความเป็นมิตร พูดจากับลูกค้าด้วยความสุภาพอ่อนน้อม พร้อมที่จะรับฟังลูกค้าอย่างตั้งใจ และพร้อมที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความยินดีและเต็มใจ

E = คือ ความอดกลั้น (Endurance) และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (Emotion Control) ผู้ให้บริการหรือผู้ขายที่ดีนั้น ต้องมีคุณสมบัติที่พิเศษอย่างหนึ่ง คือ ความอดทนความอดกลั้น และการรู้จักควบคุมอารมณ์ เพราะลูกค้าที่เข้ามาต่างคนก็ต่างจิตใจ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากในการที่จะให้บริการให้ถูกใจแก่ทุกคน

S = คือ ความจริงใจ (Sincerity) และการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling) ในการให้บริการลูกค้า นั้น ท่านต้องรู้จักยิ้ม และมีความรู้สึกในด้านบวกเกิดขึ้น โดยจะต้องแสดงให้เห็นทั้งกาย วาจา ท่าทาง ตลอดจนสีหน้าและแวตว่ามีความจริงใจ และเต็มใจที่จะให้บริการทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีใจในการบริการแก่ลูกค้า

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Newman (1977) เสนอแนวคิดในเรื่องของ ความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น เกิดขึ้นได้อย่างไร ไว้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถศึกษาได้ชัดเจนเมื่อแยกออกเป็น การตอบรับ (response) และปฏิกิริยา (reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม

กายภาพปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระ ซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่ การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่แสดงออก ซึ่งรวมเรียกว่า การตอบรับทางสังคม จิตวิทยา และพฤติกรรม (social-psychological and behavioral response) ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

1. ลักษณะของบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม
2. ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ
3. การรับรู้ของบุคคล
4. การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น
5. ความพอใจในสภาพแวดล้อม
6. พฤติกรรมของบุคคลเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม

ปัจจัย 2 กลุ่มแรก เป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบ โดยลักษณะของบุคคลรวมถึงปัจจัยต่างๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบ วงจรชีวิต ส่วนปัจจัย 4 กลุ่มหลังเป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบ การที่บุคคลจะรับสภาพแวดล้อมใดๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลนั้นๆ การประเมินผลความพอใจในกายภาพของบุคคลมาจากการรับรู้ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลก็เกิดตามมาจากการรับรู้ การประเมินผลการแสดงออกนี้จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นหรือไม่

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับผู้ใช้สภาพแวดล้อมนั้นจะสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสภาพแวดล้อมกายภาพนั้นให้ตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้สภาพแวดล้อม ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้สภาพแวดล้อมอย่างมีระบบที่ดีจะได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจวางนโยบายแผนงานเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการและถ้ามีการศึกษาอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาอันสมควรแล้ว การศึกษาเหล่านี้จะเป็นเครื่องกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมกายภาพไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นได้ในอนาคต

มนตรี ปรางสูงเนิน (2551:9) ได้อธิบายทฤษฎีเกี่ยวกับการกระทำ ว่าการกระทำใดๆ ของมนุษย์ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

1. บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล
2. วัฒนธรรมในสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่
3. ระบบสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่

2.4.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ไชยรัช บุญภูพันธ์ตันติ (2544) ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ ทำให้ทราบถึงแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม คือ เพศ อายุ รายได้ และภูมิลำเนา ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ คือ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาเที่ยว การรับรู้ข่าวสาร วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาในการเดินทาง

ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะ เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งการประเมินกรณีดังกล่าว แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านวัตถุวิสัย และด้านอัตวิสัย โดยแต่ละด้านมีวิธีวัดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป

ตามหลักจิตวิทยาสังคม (social psychology) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของตำรวจ เป็นทัศนคติที่ต้องผ่านกระบวนการรับรู้และตีความของบุคคล กล่าวได้ว่านับตั้งแต่ปี ค.ศ.1935 Allport (1935) ซึ่งได้วางหลักเกณฑ์เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาการของทัศนคติที่ว่า “ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ทางประสบการณ์” และในปี ค.ศ. 1974 Munn and Fernald (1974) ต่างก็ยืนยันว่าประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์นั้น ไม่ได้ถูกกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอกโดยลำพัง แต่ภูมิหลังและประสบการณ์ของมนุษย์เองก็มีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และสร้างทัศนคติเกี่ยวกับโลกภายนอกด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า กระบวนการรับรู้ ตีความของบุคคล รวมทั้งการพัฒนาทัศนคติของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามภูมิหลังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้บุคคล 2 คน ที่อยู่สภาพแวดล้อมเดียวกันและภายใต้สภาวะการณ์ที่ สัมผัสเหมือนกันตั้งแต่ต้น กล่าวได้ว่า พัฒนาการของทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในรูปของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมต้องอาศัยภูมิหลังและประสบการณ์เป็นพื้นฐานในการประเมินสิ่งที่รับรู้

2.4.2 ความพึงพอใจกับการให้บริการ

วันเพ็ญ แด่งตั้ง (2546:13) กล่าวว่าไว้ว่าความพึงพอใจกับการให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆดังนี้ คือ

1. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ
4. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน

John D. Miller (1954, p.4) ให้ทัศนะเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ไว้ว่าควรพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ (Ample service)
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในการบริการ และความต้องการของประชาชนในบริการนั้นๆ
3. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้นๆ
4. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive service) ตามลักษณะของการบริการนั้นๆ ขึ้นไปเรื่อยๆ
5. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable service) แก่ผู้รับบริการ

พิชาย รัตนดิลล ฅ ฎุเก็ด (2537:150-152) ได้เสนอปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในการรับบริการประกอบด้วย 3 ตัวแปร

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ
2. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ

โดยความพึงพอใจเกิดจากตัวแปรทั้งสามมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงภาพรวมและก่อรูปเป็นความรู้สึกสะท้อนออกมา สำหรับปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา เป็นเพียงส่วนประกอบการศึกษาถึงความพึงพอใจเท่านั้น รายละเอียดของตัวแปร 3 ด้านมีดังนี้

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ หมายถึง องค์ประกอบและโครงข่ายที่สัมพันธ์กันของกิจกรรมบริการต่างๆ ตัวชี้วัดสาเหตุด้านนี้ ได้แก่

1.1 ความสะดวกในเงื่อนไขของการรับบริการ ซึ่งจะดูความยากง่ายและความมาน้อยของเงื่อนไขที่จะทำให้เกิดสิทธิในการรับบริการหากเงื่อนไขนั้นมีน้อยโอกาสที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจสูง

1.2 ความเพียงพอทั่วถึงของบริการที่ให้อาจพิจารณาปริมาณของบริการที่ให้นั้นมีความครอบคลุมพื้นที่และหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง

1.3 การมีคุณค่าใช้สอยของบริการที่ได้รับจะพิจารณาผลลัพธ์ของบริการ (Outcome of Service) ที่ถูกผลิตออกมาในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินนั้นๆ ว่ามีใช้สอยหรือประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ (Users) มากน้อยเพียงใด

1.4 ความคุ้มค่ายุติธรรมในราคาของระบบบริการที่ให้ หมายถึง ความรู้สึกเหมาะสมหรือไม่กับจำนวนค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บ

1.5 ความก้าวหน้าและพัฒนาของระบบบริการที่ให้ เมื่อเปรียบเทียบกับอดีตดีขึ้นในเชิงปริมาณและคุณภาพมากน้อยขนาดไหน

2. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทนั่นเอง ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ ประกอบด้วย

2.1 ความเอาใจใส่ในงานของเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความสนใจและตั้งใจในงานหน้าที่บริการ

2.2 ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ หมายถึง ความไว้วางใจได้และความตรงไปตรงมาต่อหน้าที่ของการให้บริการ โดยไม่เรียกร้องประโยชน์อันมิพึงได้รับจากผู้รับบริการ

2.3 ความเสมอภาคเสมอหน้าของบริการที่ให้ หมายถึง การแสดงออกต่อผู้รับบริการในลักษณะยิ้มแย้มแจ่มใส หรือบึ้งตึง รวมทั้งการพูดจาแบบสุภาพอ่อนโยนหรือกระด้างหยาบคาย เป็นต้น

3. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งก็คือขั้นตอนต่างๆ ของการบริการที่ต่อเนื่องกัน ตั้งแต่เริ่มต้นของทางเดินของงาน (Initial Work Flow) ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ประกอบด้วย

3.1 ความปลอดภัยของบริการที่ให้ ได้แก่ อันตรายที่เกิดจากกระบวนการให้บริการ

3.2 ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการ ได้แก่ ความยากง่ายในการขอรับบริการ

3.3 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของการบริการที่ให้ ได้แก่ ความคงเส้นคงวาของบริการที่ให้บริการต่อเนื่องตลอดเวลา หรือแบบไม่ต่อเนื่อง

3.4 ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ ได้แก่ ความมาน้อยของจำนวนขั้นตอนและความรวดเร็วของการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ที่ประหยัดเวลา

2.4.3 สารเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

สมยศ นาวิการ (2544:24-25) กล่าวว่า กระบวนการบริหารควรประกอบด้วย 4 ประการ

1.การจัดองค์การ หมายถึง การให้รายละเอียดงานทุกอย่างที่ต้องกระทำเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ การแบ่งปริมาณงานทั้งหมดเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถปฏิบัติได้โดยบุคคลคนเดียว และการกำหนดกลไกของการประสานงานของสมาชิกขององค์การ เพื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.การวางแผน หมายถึง การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ พิจารณาถึงความพร้อมขององค์การ ตลอดจนปัจจัยที่ช่วยให้้องค์การหรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายและจัดทำแผนงานขึ้นมาเพื่อดำเนินงาน

3.การจูงใจ หมายถึง กระบวนการของการจูงใจ และการจูงใจในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกของกลุ่ม

4.การควบคุม หมายถึง ความพยายามอย่างมีระบบเพื่อกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงาน การออกแบบระบบข้อมูลย้อนกลับ การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้า พิจารณาว่ามีข้อแตกต่างหรือไม่และทำการแก้ไขใดๆ ที่ต้องการเพื่อเป็นหลักประกันว่าทรัพยากรทุกอย่างขององค์การได้ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ

จากสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการ สรุปได้ว่า เป็นกระบวนการของภารกิจซึ่งจะประกอบไปด้วย 4 กระบวนการ คือ

1. ด้านการวางแผน
2. ด้านการจัดองค์การ
3. ด้านการจูงใจ
4. ด้านการควบคุมที่จะนำมาใช้ทำงานให้ลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Koontz (1972) ได้ให้ความหมายว่า การจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลายได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของเป็นอุปกรณ์การจัดการทั้งนั้น

Dale (1978) ได้กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการจัดองค์การ และการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

เจริญผล สุวรรณโชติ (2544:179) ได้กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการของสังคมอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่เข้าร่วมกัน เพื่อกระทำกิจกรรมอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายตามที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้คงอยู่ต่อไป การกระตุ้นหรือการช่วยเหลือให้เกิดการกระทำการควบคุมและการกระทำที่ทำให้เกิดการรวมกันเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างมีระบบแบบแผน จากแนวคิดดังกล่าว พอสรุปสาระสำคัญของการบริหารได้ คือ การบริหารเป็นกิจกรรมของกลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมกันทำกิจกรรม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยใช้กระบวนการและทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดความเหมาะสม

2.4.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดร.ชนิ เอมพันธ์ (2542) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable tourism เป็นแนวคิดที่ได้รับการตอบรับให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมเมื่อปี ค.ศ.1992 จากการประชุม World Summit ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ผลลัพธ์จากการประชุมครั้งนั้นเกิดเป็นข้อตกลงหรือที่เรียกกันว่า แผนปฏิบัติการที่ 21 (Agenda 21) ซึ่งได้กำหนดให้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามองค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ WTO ได้กำหนดว่าเป็น “การท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่

1. ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติในการทดแทนฟื้นฟูผลิตและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยไม่ลดทอนหรือเสื่อมโทรมลง
2. เน้นให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากรและชีวิต
3. ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เป็นความต้องการของชุมชนเอง
4. มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น
5. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับประเทศ
6. ให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่า สอดคล้องกับความคาดหวังความพึงพอใจที่ถูกต้อง
7. เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติท้องถิ่นและใช้วัสดุท้องถิ่น
8. เน้นข้อมูลพื้นฐานเป็นฐานในการตัดสินใจและการติดตามตรวจสอบ

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ มีความต่อเนื่อง (Continuity) ทั้งของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม มีคุณภาพ (Quality) นั่นคือ คุณภาพของประสบการณ์นั้นหนาแน่น คุณภาพชีวิตของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และ

ลักษณะสำคัญสุดท้ายคือ ความสมดุล (Balance) ที่จะต้องสมดุลทั้งความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั่นคือ ความยั่งยืนของทรัพยากรชุมชนและตลาดการท่องเที่ยว (ดร.ชนิ เอมพันธ์, 2542)

2.4.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2541: 4-11) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสภาพแวดล้อม และมีการให้การศึกษาแก่ผู้ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงแตกต่างจากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในแง่การจัดการการท่องเที่ยวและการให้การศึกษา โดยการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะครอบคลุมการจัดการท่องเที่ยวที่กว้างขวางกว่า แต่ไม่เน้นให้การศึกษาแก่ผู้ท่องเที่ยว เพียงแต่ให้มีการจัดการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นสำคัญ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอาจไม่เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ได้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศปรากฏอยู่ในรูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยรวม เป็นส่วนหนึ่งซึ่งสะท้อนลักษณะเฉพาะและมีวัตถุประสงค์เฉพาะที่มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงยังมีสัดส่วนไม่มากนักในกระบวนการท่องเที่ยว ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยหลักการสำคัญ 4 ประการ คือ การจัดการอย่างยั่งยืนพื้นที่ท่องเที่ยวกิจกรรม และกระบวนการเรียนรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งอธิบายได้คือ

1. องค์ประกอบด้านการจัดการเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Travel) ไม่มีผลกระทบ (No or low Impact) ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism)

2. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่ของแหล่งนั้น ดังนั้นองค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Natural-base Tourism) เป็นสำคัญ หรืออาจเรียกว่า เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบนิเวศ (Ecological-based Tourism)

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการเป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจึงเป็น “การท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา” (Environment Education-based Tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of level Community or People Participation) ที่มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local Benefit) โดยประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ได้หมายความว่ารวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษา และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้ว ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากประชาชนในระดับรากหญ้า (Grass Root) จนถึงการปกครองท้องถิ่นและอาจรวมการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องจึงเป็น “การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน” (Community Participation-based Tourism) ข้อกำหนดที่ชัดเจนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ขององค์ประกอบหลักทั้ง 4 ด้าน หากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบครบสมบูรณ์ดังกล่าวแล้ว จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไปความสมบูรณ์จะลดน้อยลง จนอาจต้องจัดการส่งเสริมหรือทำให้การท่องเที่ยวนั้นเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆต่อไป การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีคำจำกัดความดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีประเด็นที่ต้องพิจารณาดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2541:4-11)

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมต่างๆ ต้องมีผู้นำให้ความรู้ประกอบ ความแตกต่างของการท่องเที่ยวแบบนี้กับการท่องเที่ยวแบบปกติ คือ เป็นความเพลิดเพลินที่มีสาระได้ความรู้อยู่ในกฎเกณฑ์ที่กำหนดในกระบวนการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพลิดเพลินและมีความสุขจากการท่องเที่ยว หรือ

นั้นทนทานนอกเวลางานตามปกติโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวมากเพราะกิจกรรมต่างๆ นั้นจะเป็นสื่อกลางนำการท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมายได้ “กิจกรรมที่เหมาะสมจึงควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ และวัฒนธรรมท้องถิ่น” ควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลินทั้งนี้ต้องเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบน้อยที่สุดหรือเป็นผลกระทบที่สามารถป้องกัน หรือแก้ไขได้

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสัมผัสกับทรัพยากรโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกระเทือนต่อระบบนิเวศของทรัพยากรนั้นๆ ดังนั้นกิจกรรมหรือการพัฒนาใดๆ จึงต้องจัดให้เหมาะสมภายใต้ขีดความสามารถที่รองรับได้ (Carrying Capacity) ของทรัพยากรนั้นๆ หากพิจารณาจากฐานทรัพยากร อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามสภาพทรัพยากรได้ 2 กลุ่ม คือ การท่องเที่ยวทางบก และการท่องเที่ยวทางทะเล

2.1 การท่องเที่ยวทางบก เป็นการท่องเที่ยวในธรรมชาติ ป่าเขา ซึ่งมีระบบนิเวศเป็นป่าบก เช่น ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าสน ฯลฯ โดยมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น น้ำตก ถ้ำ ลำห้วย ภูเขา สัตว์ป่า พรรณไม้ต่างๆ และชุมชนที่ใช้ชีวิตเกี่ยวเนื่องกับป่า เป็นต้น

2.2 การท่องเที่ยวทางทะเล เป็นการท่องเที่ยวในธรรมชาติทางทะเล ซึ่งเป็นทรัพยากรชายฝั่งทะเลลงไปจนถึงเกาะแก่งต่างๆ ทั้งนี้อาจรวมถึงพื้นที่รอยต่อ เช่น ป่าชายเลน พื้นที่ลุ่มน้ำชายฝั่งด้วย องค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ แนวปะการัง หาดทราย灘 สัตว์ทะเล รวมถึง เกาะ กองหิน ถ้ำ พรรณไม้ชายหาดชายเลน และป่าไม้ในเกาะที่เป็นสังคมปิด เป็นต้น วิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น ชาวประมง ชาวเล เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกัน

3. การจัดการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวจะต้องไม่เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไว้ทุกขั้นตอน นับแต่การเริ่มจัดเตรียมการเปิดพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว การควบคุมการพัฒนาใดๆ ที่จำเป็นต้องมี และการบำรุงรักษาฟื้นฟูสภาพภายหลังจากการท่องเที่ยวแล้ว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวคงสภาพความดึงดูดใจ และระบบนิเวศต่อไป การจัดการต้องดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องทุกคน ได้แก่ หน่วยงาน หรือองค์กรที่ดูแลทรัพยากร ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว และประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ต้องมีการจัดการที่เหมาะสมภายใต้หลักเกณฑ์ และการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2541:4-11)

2.4.6 สิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2542) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ฝ่ายจัดการพื้นที่จัดสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้ประโยชน์ได้รับความสะดวกสบาย

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ (2542) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง บริเวณพื้นที่ และโครงสร้างหรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่ถูกจัดสร้างขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือน และกิจกรรมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยสิ่งอำนวยความสะดวกมีบทบาทสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยสรุป คือ

1. สนองความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์ หรือนักท่องเที่ยวในการประกอบกิจกรรมนันทนาการ หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ช่วยป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรม
3. ช่วยป้องกันรักษาทรัพยากร และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรมลงเนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
4. เป็นเครื่องมือ หรือเป็นสื่อในด้านการให้ความรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจและเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัสชื่นชมธรรมชาติมากขึ้น
5. มีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว
6. ความสะดวกสบายให้กับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ (2542) กระบวนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการพัฒนา และออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกับการวางแผนทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนในระดับบริเวณหรือการวางแผนซึ่งมีกระบวนการโดยสรุป ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของแหล่งหรือวัตถุประสงค์ของบริเวณ
2. การพัฒนาผังหลัก และการกำหนดเขตการใช้ที่ดิน เป็นการแสดงตำแหน่งที่ตั้งขององค์ประกอบทุก ๆ ส่วนของบริเวณในผังแม่บท ซึ่งจะต้องมีการกำหนดเขตการใช้ที่ดินที่ชัดเจนมีการกำหนดทางเลือกในการพัฒนาลักษณะต่างๆ
3. การวิเคราะห์ผู้ใช้ประโยชน์ (User Analysis) ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนเพื่อทำความเข้าใจกับลักษณะของผู้ใช้ประโยชน์แต่ละกลุ่มว่ามีความคิดเห็นความต้องการที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดขึ้นในพื้นที่ซึ่งอาจทำได้ด้วยการสังเกตควบคู่กับการใช้แบบสอบถาม หรือสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ใช้ประโยชน์รวมข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลัง และรูปแบบกิจกรรม ที่ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทุกลักษณะ
4. การวิเคราะห์บริเวณ (Site Analysis) ซึ่งในกระบวนการวิเคราะห์จะต้องสำรวจวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็น 3 กลุ่ม คือ ปัจจัยทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านสุนทรียภาพ และปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการใช้ที่ดินเดิม

5. การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก และตกแต่งภูมิทัศน์ เป็นการนำแนวคิดและหลักการในการออกแบบมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละบริเวณให้เหมาะสม

6. การสังเคราะห์ข้อมูลและกำหนดโปรแกรมในการพัฒนา เป็นการสรุปเกี่ยวกับศักยภาพของบริเวณเพื่อกำหนดความเหมาะสมของกิจกรรมในแต่ละบริเวณทั้งกิจกรรมของผู้มาเยือน และกิจกรรมการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

7. การพัฒนาตามแบบ เป็นการนำแบบสิ่งอำนวยความสะดวก และแบบในการตกแต่งภูมิทัศน์ไปพัฒนาในพื้นที่จริงโดยจะต้องให้ความสำคัญกับผลกระทบจากการพัฒนาการลดของเสีย การนำเอาเศษวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์การใช้เทคโนโลยีในท้องถิ่นเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการพัฒนาสู่ชุมชนดังกระบวนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

นถาวรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ, 2542 บัณฑิตอื่นๆ ยังไม่ปรากฏว่ามีการกำหนดมาตรฐานที่แน่ชัดสำหรับการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างไรก็ตาม องค์กรอุทยานแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (US National Park Service หรือ USNPS) ได้พยายามกำหนดแนวทางในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ขึ้น โดยมีประเด็นดังนี้

1. ระบบสาธารณูปโภค เน้นระบบที่ใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพอนุรักษ์น้ำ กำจัดน้ำเสีย และของเสียอย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงการนำของเก่ากลับมาใช้ใหม่

2. ระบบคมนาคม ภายในแหล่งท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับเส้นทางคมนาคมทางเลือก เช่น ทางจักรยาน ทางเดินเท้า ทางขี่ม้า ทางสำหรับพาหนะ ฯลฯ ควบคู่กับระบบถนน ลานจอดรถที่เป็นมาตรฐาน และระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทาง และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

3. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทอาคารควรให้ความสำคัญกับเรื่องแสงสว่าง การถ่ายเทอากาศ ทิศทางลม และความผสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

4. การออกแบบโดยภาพรวมให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาทั้งใน และนอกแหล่งท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อผู้ใช้ประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวก / ผู้มาเยือนอย่างต่อเนื่อง

ในการพัฒนาและออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกควรยึดหลักสากลที่ว่าด้วยการออกแบบเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแม่บทแต่แบบแนวคิดสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกแต่ละประเภท และกลยุทธ์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดย

ภาพรวมของประเทศควรได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์จริงภายในประเทศมากขึ้น เพื่อความเหมาะสมในการปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแท้จริง

2.4.7 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

ฉลอง พิมลสมพงษ์ (2548) อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการมีความสามารถหรืออำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้น ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ลักษณะอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว

1. ความยืดหยุ่นสูง หมายถึง ลักษณะความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการที่อาจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและมีขนาดกว้าง โดยลักษณะนี้ อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้างของราคาหรือภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจของตลาด ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงที่จะซื้อสินค้าและบริการ

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะยืดหยุ่นสูง

- ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่น (The possibility to be substituted) เนื่องจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่อยู่ในรูปของความรู้สึก ความพอใจ ความสนุกสนาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้หาได้จากสินค้าชนิดอื่น หรือแม้แต่การเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางไปเที่ยวที่อื่นแทน ก็ล้วนมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ได้ทั้งสิ้น

- การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เมื่อเกิดความผันผวนรายรับรายจ่ายของครอบครัวเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบต่อรายตัวหรือหัตถ์ของอุปสงค์ด้วย ตามปกติรายรับของครอบครัวจะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ รายได้ลดลงจากที่เคยได้รับ หรือ รายได้คงเดิมแต่รายจ่ายเพิ่มขึ้น ลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในกรณีที่ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพสูงขึ้น ภาวะเงินเฟ้อ วัฏจักร และโครงสร้างของครอบครัวอยู่ในช่วงที่ต้องใช้จ่ายเงินมากขึ้น

- ความต้องการเดินทางขึ้นอยู่กับสมันิยม จำนวนผู้เดินทางไปยังอาจเพิ่มหรือลดลงอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้นๆ อยู่ในสมันิยมของผู้คนนั้นมากน้อยเพียงไร

- ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าตัวอื่น แม้ว่าความต้องการบริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะสูงขึ้นและแนวโน้มที่จะเป็นที่ยอดความต้องการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสิ่งแวดล้อมบีบบังคับ แต่สินค้าและบริการยังไม่อาจจัดให้เป็นสิ่งจำเป็น เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค ชนิดอื่น ดังนั้นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจึงอยู่ในสภาพสินค้าที่ไม่มีอำนาจแข่งขันกับสินค้าอื่นๆได้

อย่างไรก็ตามสาเหตุความยืดหยุ่นของอุปสงค์ทั้ง 4 ประการ อาจก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในอุปสงค์ได้ 2 ลักษณะด้วยกันคือ การลดลงของอุปสงค์เชิงคุณภาพแต่อุปสงค์เชิงปริมาณเท่าเดิมหรือมากขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวต่างประเทศปีละครั้งเป็นเที่ยวในประเทศปีละหลายๆ ครั้ง ส่วนอีกลักษณะหนึ่งคือ การลดลงของอุปสงค์ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพต่างกันไป

2. อุปสงค์มีลักษณะอ่อนไหวต่อปัจจัยภายนอก ความต้องการอาจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในแง่เพิ่มหรือลดเมื่อมีปัจจัยบางอย่างมากระทบเช่นความผันผวนทางเศรษฐกิจ วิกฤตน้ำมัน สถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความปลอดภัย นอกจากนี้ความเปลี่ยนแปลงทางอุปสงค์อาจเกิดจากปัจจัยภายในตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น จำเป็นต้องใช้เงิน เจ็บป่วย มีภาระหน้าที่ต้องรับผิดชอบ เป็นต้น

3. ลักษณะเฉพาะฤดูกาลเป็นลักษณะหนึ่งที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนในการกำหนดลักษณะสิ่งดึงดูดใจ ความยากลำบากในการคมนาคมและแม้แต่ความสามารถที่จะไปเที่ยวได้ของนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะสวยงามหรือมีกิจกรรมที่น่าสนใจเฉพาะฤดูหนาวหรือฤดูร้อนเท่านั้น

4. การผลักดันให้เกิดการอุปโภคและบริโภคสินค้าอื่น เนื่องจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดเข้าด้วยกัน เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่นั้น นอกจากยังมีความต้องการใช้บริการยานพาหนะแล้ว ยังต้องการบริโภคอาหาร เครื่องดื่มและปัจจัยพื้นฐานอื่นๆ อีกด้วย ลักษณะเช่นนี้มีผลต่อการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาก เพราะหากเกิดวิกฤตการณ์กับอุปสงค์ตัวใดตัวหนึ่งทำให้อุปสงค์ตัวนั้นลดลง ย่อมมีผลต่ออุปสงค์ของสิ่งอื่นๆ ลดตามไปด้วย และจะมีลักษณะเดียวกันในทางตรงกันข้าม

2.4.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยภายใน

สุวิรัตน์ โสภณศิริ (2554) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ มีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น มารวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีต่างๆ ประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่นแบ่งเป็น 3 ประเภท

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติความแปลกตาของสภาพธรรมชาติสถานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ ของท้องถิ่น นั้นๆ

2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นได้แก่ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมความเจริญก้าวหน้าในอดีต ภูมิปัญญาของคนในอดีต บางแห่งบ่งบอกถึงเรื่องราววีรกรรมของวีรบุรุษวีรสตรีในการปกป้องรักษาชาติบ้านเมืองไว้สำหรับคนรุ่นหลังเช่นปราสาทหิน พระราชวัง โบราณสถาน และพิพิธภัณฑสถาน ฯลฯ

2.1 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สนามบิน สถานีรถไฟ ไฟฟ้า ระบบการสื่อสาร ฯลฯ โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น

2.2 ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันไปตามระบบของสังคม ความเชื่อ และการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมของแต่ละกลุ่มชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเป็นลักษณะของพิธีกรรม งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่

2.3 ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น หากประเทศใดมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก

2.4 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยว

2.5 ความปลอดภัย (Security) โดยนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ

2.6 สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) ต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

2.7 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการซึ่งส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบการประกอบธุรกิจ การคมนาคม วิธีการเข้า-ออกเมือง ที่พัก ฯลฯ

ปัจจัยภายนอก

1. ความนิยมในการท่องเที่ยวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้นในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดลงทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

2. การขยายเส้นทางคมนาคม การคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

3. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลกการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2.4.9 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

วิเชียร วาศนิชชากุล (2554 :13-18) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารการตลาด การดำเนินงานของกิจการจะประสบความสำเร็จได้ก็ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนั้นเราก็มองว่าเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ เราสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อทำให้กิจการอยู่รอดได้ หรืออาจเรียกได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดจึงหมายถึงตัวแปรที่สามารถควบคุมได้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมายได้

นิตยาพร เสมอใจ (2551: 50) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้ควบคุมทิศทางในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นมา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 130-138) ได้ให้ความหมาย ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่าหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดบริการซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงกลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์ ให้ดีขึ้น

1.3 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.4 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตรา อาจหมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจในราคาและปรับปรุงราคาเพื่อทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาของสินค้านั้น ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ต้นทุนของสินค้า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และภาวะการแข่งขัน

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจ เพื่อเตือนความทรงจำ เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

3.1 การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา และกลยุทธ์สื่อ

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและแรงจูงใจตลาดใช้บุคคลงานในข้อนี้เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย และการจัดการหน่วยงานขาย

3.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบคือ

3.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภคเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

3.3.2 การกระตุ้นคนกลางเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

3.3.3 การกระตุ้นพนักงานขายเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งพนักงาน

3.4 การใช้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงินการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

3.5 การตลาดทางตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่างๆเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ดังนี้

3.5.1 การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์

3.5.2 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

3.5.3 การขายทางโทรศัพท์

3.5.4 การขายโดยใช้จดหมายตรง

4. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด การจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

4.1 การกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

4.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

5. บุคลากร (People) ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรือทางอ้อม ในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการแก่ลูกค้า ปัจจัยที่นับวันยิ่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานประชาสัมพันธ์หรือสาธิตสินค้า พนักงานต้อนรับ พนักงานบริการลูกค้าต่างๆ เพราะถ้าพนักงานมีใจรักในงานบริการเพียงอย่างเดียว ตอนนี้อาจจะไม่พอเสียแล้วด้วยซ้ำ

7. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สภาพแวดล้อมในการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ รวมทั้งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าต้องให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง

6. กระบวนการ (Process) กระบวนการหรือกลไกในการทำงานของกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้เกิดการบริโภคสินค้า นับตั้งแต่ออกแบบพัฒนาการทำวิจัย จนถึงการจัดหาวัตถุดิบ การผลิตหรือดำเนินการ และการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ถึงมือลูกค้าในวันเวลาที่กำหนด

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย ดังนี้

ภรณ์ทิพย์ หงส์ขาว (บทคัดย่อ) จากการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองกระบี่ จำนวน 400 คนโดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ f-test ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดกระบี่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ใน

ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ผลการเปรียบเทียบของนักท่องเที่ยว ที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เกตุวดี ขอเจริญ (2553 : บทคัดย่อ) จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ภูมิลำเนาจังหวัดภูเก็ต ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง / พนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวมาครบครัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากร เป็นอันดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา สถานภาพ และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศุสดี ภูษณาภิรมย์ (2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านความเหมาะสมของอัตราค่าบริการผ่านเข้าอุทยานแห่งชาติ อันดับสอง ด้านความสะอาดของห้องน้ำ และห้องสุขา อันดับสาม ด้านความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสาร สาธารณะ

ทศวรรณ กุลสถาพร (2556:43) จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเกาะลันตา พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเกาะลันตาโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะลันตา ซึ่งการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะลันตา พบว่านักท่องเที่ยวมีสัดส่วนจำนวนเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่าเพศหญิงเพียงร้อยละ 8 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ที่ 20-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 72 โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 34 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยกลางคนที่มีอิสระในการเดินทางท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคใต้ซึ่งสามารถเดินทางมาเที่ยวได้สะดวกคิดเป็นร้อยละ 67 แล้ว นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 38 ซึ่งเป็นอาชีพที่มีเวลาและอิสระในการมาท่องเที่ยวมากกว่าอาชีพอื่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41 โดยมีรายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ 21,300 บาท

กัมปนาท บุญพ้อมี (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก รีสอร์ท เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเกาะลันตา จังหวัดกระบี่จำนวน 400 ราย ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเดินทางในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม ในการพักที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ต้องการระยะเวลาพำนักรวม 4-6 วัน เหตุผลการเลือกที่พักจะพิจารณาด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมากับครอบครัว ได้รับข้อมูลและบริการที่พักจากตัวแทน มีการจอง / สำรองสถานที่พักตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตัวเอง และจะกลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมอีกส่วนเหตุผลที่ไม่กลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมเพราะการเดินทางไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านห้องพักอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยเน้นเรื่องความสะดวกของห้องพักและห้องน้ำ รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ เน้นเรื่องความสะดวกสถานที่โดยรอบของที่พัก ถัดมาด้านราคาเน้นเรื่องระดับราคาที่เหมาะสมกับขนาดของห้องพัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นเรื่องความสะดวกในการเดินทาง ด้านบุคลากรเน้นเรื่องพนักงานบริการยิ้มแย้มแจ่มใสและมีความเป็นมิตร ด้านการส่งเสริมการตลาดเน้นเรื่องการใช้โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต และทางด้านการให้บริการเน้นเรื่องการบริการสัมภาระให้ผู้เข้าพัก

ญาณิสา ดันศิรินาถกุล (2551:73) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ในทันทชาฟารี โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติที่เชิงพรรณนา และการทดสอบไคสแควร์จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทันทชาฟารีเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจนิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัวและญาติ การมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และส่วนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทันทชาฟารีผ่านคำแนะนำจากบุคคลต่างๆ

บุญฤทธิ์ ลิ้มสั้น (2548) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 36.44 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้และรายจ่ายรวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อปี 291,194.70 บาท และ 266,782.29 บาท ตามลำดับ ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคใต้ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มเพื่อน จำนวนวันในการท่องเที่ยวมากกว่า 1 วัน มีประสบการณ์เคยมาท่องเที่ยวอุทยานฯ มาก่อน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 1,001 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,924.25 บาท มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีกิจกรรมถ่ายภาพสถานที่ ทักษิณภาพ / ชมวิว และมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อพักผ่อน / พักผ่อน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติแห่งนี้ในระดับสูง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา รายได้ จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และจำนวนวันในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติแห่งนี้ในระดับที่แตกต่างกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พีพีเล จังหวัดกระบี่

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการถามในแบบสอบถาม
4. สร้างแบบสอบถามฉบับจริงที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ย และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ประสบการณ์การมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ลักษณะการมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรอิสระในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล โดยกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเป็นการตอบแบบมาตราประเมินค่า โดยมีระดับจาก 1-5 เป็นเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยการคำนวณจากสูตร Taro Yamane มีสูตรดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญสำหรับการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อทำการวิจัย ซึ่งเป็นตัวแทนประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่นั้น โดยจะคำนวณนักท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เท่ากับ 400 ราย ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1976) ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.5 ดังนี้

สูตร	$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$
เมื่อ	n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากรทั้งหมด
	e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling error)
ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95%	

ภาพที่ 3.1 สูตร Taro Yamane

ที่มา ธานีร์ ศิลป์จารุ. 2555

3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยดำเนินการดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญผู้มีประสบการณ์จำนวน 5 ท่านเพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจนเข้าใจง่ายและมีความเหมาะสมโดยได้ค่า IOC เท่ากับ 0.69

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปทำการทดสอบ (Pre-Test) และนำข้อมูลที่ได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปใช้จริง และนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผลการหาค่าความเชื่อมั่น Crombach's Alpha โดยคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นจากสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 ซึ่งแสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อเท็จจริง หรือรายละเอียดที่ผู้อื่นรวบรวมไว้ อย่างเป็นระบบ สามารถนำมาเป็นข้อมูล โดยไม่ต้องลงมือเก็บรวบรวมเอง ได้แก่ ข้อมูลจากกระเบียนสะสม รายงานประจำปี สารานุกรม เอกสารเผยแพร่ วารสาร จุลสาร รายงานประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเอกสารงานวิจัย และสถิติของหน่วยงานต่างๆ เช่น สถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถิติจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สถิติจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย เป็นต้น

3.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมขึ้นมาใหม่ เพื่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยเฉพาะข้อมูลประเภทนี้เป็นรายละเอียดหรือข้อเท็จจริงที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากแหล่งโดยตรงการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจะใช้เครื่องมือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ โดยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ โดยนำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ที่ได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

เพื่อวัดการแจกแจงความถี่ และการหาอัตราส่วนร้อยละ จากนั้นนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพี เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ ภูมิลำเนา เป็นต้น

3.5.2 การวิเคราะห์ตามเทคนิคการวัดทัศนคติตามแนวคิดของ Likert scale

ในการวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	=	5 คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	=	4 คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	=	3 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	=	2 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	=	1 คะแนน

ภาพ 3.2 ระดับการแปรผลคะแนนความพึงพอใจ
ที่มา คัดแปลงจาก ชานินทร์ ศิลป์จารุ.(2555)

การวัดและการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยในเกณฑ์การกำหนดช่วงของการวัดไว้ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากค่าการกำหนดช่วง จึงสามารถกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ช่วงละ 0.80 คะแนน เพื่อศึกษาถึงปริมาณความยากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

สถิติข้อมูลเชิงพรรณนา เพราะผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จำนวน 400 คนนั้นไม่สามารถอ้างอิงกับจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 1 ล้านคนต่อปี ได้โดยจะนำเสนอข้อมูลจากผลการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์แบบบรรยายเป็นผลการศึกษาในรูปแบบของข้อความ หรือตาราง ด้วยวิธีทางสถิติดังนี้

1.1 แจกแจงความถี่เป็นร้อยละซึ่งจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยสูตร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

ร้อยละ(%)	=	$\frac{X \times 100}{N}$
X	=	จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่ต้องการนำมาหาค่าร้อยละ
N	=	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ภาพที่ 3.3 สูตรหาค่าความถี่
ที่มา ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2555)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรอิสระในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้การแจกแจงความถี่ การกระจายหาค่าร้อยละ และการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum x}{N} \\ \bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ย} \\ \sum x &= \text{ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด} \\ N &= \text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด}\end{aligned}$$

ภาพที่ 3.4 สูตรหาค่าเฉลี่ย
ที่มา ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2555)

$$\begin{aligned}S.D &= \frac{\sqrt{\sum (X - \bar{X})^2}}{n - 1} \\ S.D &= \text{ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ X &= \text{ข้อมูลแต่ละจำนวน} \\ \bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในชุดนั้น} \\ N &= \text{จำนวนข้อมูลจากประชากรทั้งหมด} \\ n &= \text{จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง}\end{aligned}$$

ภาพที่ 3.5 สูตรหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
ที่มา ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555)

1.3 สถิติอ้างอิง หรือสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) ด้วยวิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ด้วยสูตรต่อไปนี้

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

r = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร x, y
 x = ตัวแปรที่ 1
 y = ตัวแปรที่ 2
 n = จำนวนตัวอย่าง

ภาพที่ 3.6 วิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)
 ที่มา ชานินทร์ ศิลป์จารุ.(2555)

จากกระบวนการศึกษาคำตอบของการวิจัยตามแนวทางการกำหนดประชากรที่ต้องการศึกษา การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับประชากรทั้งหมดวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูล ตลอดจนวิธีการทางสถิติได้กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยคาดหวังว่าจะสามารถได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการศึกษาและผลของงานวิจัยที่สามารถเชื่อถือได้

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ผลการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนฟิฟิเลจังหวัดกระบี่ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนฟิฟิเลจังหวัดกระบี่เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา สถานภาพลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพีเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆด้าน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานในการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพี จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ผลการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA)(F-test)) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอกำหนดอักษรย่อ และสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	คะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D	หมายถึง	ส่วนความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
t	หมายถึง	ค่าสถิติที (t-test) ที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย
F	หมายถึง	ค่าสถิติเอฟ (F-test) ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
**	หมายถึง	พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
*	หมายถึง	พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
P-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็น หรือค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน
2. ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเลจังหวัดกระบี่
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเลจังหวัดกระบี่
4. ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในด้านต่างๆ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์การมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พืพีเลจังหวัดกระบี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษามีได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามเพศ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	172	43.00
หญิง	228	57.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และสัดส่วนที่เหลือเป็นเพศชายจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามอายุ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20	69	17.25
20-30 ปี	139	34.75
31-40 ปี	118	29.50
41-50 ปี	55	13.75
51-60 ปี	17	4.25
60 ปีขึ้นไป	2	.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา คือ 31 – 40 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .50

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามภูมิลำเนา)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
3. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	83	20.75
ภาคกลาง	55	13.75
ภาคตะวันตก	24	6.00
ภาคตะวันออก	37	9.25
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65	16.25
ภาคใต้	98	24.50
ภาคเหนือ	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในภาคใต้ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมา คือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ภาคตะวันตก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามระดับการศึกษา)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	163	41.50
ปริญญาตรี	214	53.50
ปริญญาโท	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ปริญญาโท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามสถานภาพสมรส)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานภาพสมรส		
สมรส	162	40.50
โสด	221	55.25
หย่าร้าง / แยกกันอยู่	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมา คือ สมรสแล้ว จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามอาชีพ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
6. อาชีพ		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	56	14.00
เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว	62	15.50
นักเรียน / นักศึกษา	113	28.25
พนักงานเอกชน	134	33.50
แม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป	35	8.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีเล จังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ แม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามรายได้)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
7. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	101	25.25
10,001 – 25,000 บาท	145	36.25
25,001 – 40,000 บาท	118	29.50
40,001 - 55,000 บาท	26	6.50
55,000 บาทขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา คือ 25,001 – 40,000 คน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ มากกว่า 55,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

1.2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ประสบการณ์การมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวลักษณะการมาเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี ช่วงเวลาใดที่มักเดินทางไปเที่ยวโดยทั่วไปในแต่ละครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลากี่วัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย และแนวโน้มการจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพีพีอีกครั้งในอนาคต ผลการศึกษามีดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามประสบการณ์ท่องเที่ยว)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ประสบการณ์การมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล		
เคย	196	49.00
ไม่เคย	204	51.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่มาครั้งนี้เป็นครั้งแรก จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และเคยมา จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามวัตถุประสงค์)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
2. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว		
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	249	62.25
เยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	74	18.50
ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท	60	15.00
ทัศนศึกษา	15	3.75
อื่น ๆ	2	.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ อื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .50

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามลักษณะการเดินทาง)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
3. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว		
คนเดียว	15	3.75
ครอบครัว	129	32.25
แฟน / เพื่อน	180	45.00
กรุ๊ปทัวร์	76	19.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อนหรือแฟน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ มากับครอบครัว จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ มาคนเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
4. จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี		
ปีละ 1 ครั้ง	53	13.25
2 – 3 ครั้ง ต่อปี	234	58.50
3 – 5 ครั้งต่อปี	52	13.00
มากกว่า 5 ครั้งต่อปี	61	15.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี ส่วนใหญ่ 2 – 3 ครั้ง / ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้ง / ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ สัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ 3 – 5 ครั้ง / ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามช่วงเวลาเดินทาง)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
5. ช่วงเวลาใดที่มักเดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไป		
จันทร์ – ศุกร์	26	6.50
วันหยุดนักขัตฤกษ์	225	56.25
เสาร์ – อาทิตย์	126	31.50
อื่น ๆ	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ เสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ช่วงเวลาอื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามเวลาพักผ่อน)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
6. ในแต่ละครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาพักผ่อนเป็น เวลากี่วัน		
1 - 3 วัน	260	65.00
3 - 5 วัน	130	32.50
1 สัปดาห์	9	2.25
มากกว่า 1 สัปดาห์	1	.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ในแต่ละครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อน 1 – 3 วัน จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ 3 – 5 วัน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ มากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .25

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
(จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
7. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
รถยนต์ส่วนบุคคล	86	21.50
รถเช่าทาง / รถร่วมบริการ	76	19.00
รถรับจ้าง / เหม่า	13	3.25
รถนำเที่ยวบริษัททัวร์	137	34.25
สายการบินต่างๆ	88	22.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวใช้บริการรถนำเที่ยวบริษัททัวร์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา คือ สายการบินต่าง ๆ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ รถรับจ้าง / เหม่า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.425

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามค่าใช้จ่าย)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
8. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเฉลี่ย		
ไม่เกิน 5,000 บาท	114	28.50
5,000 – 10,000 บาท	179	44.75
10,001 – 20,000 บาท	90	22.50
20,001 – 30,000 บาท	12	3.00
30,001 – 40,000 บาท	3	.75
40,000 บาท ขึ้นไป	2	.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา คือ ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ 40,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .50

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง (จำแนกตามแนวโน้มการกลับมาเที่ยว)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
9. แนวโน้มการจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพีพีอีกครั้งในอนาคต		
มาแน่นอน	287	71.75
ไม่แน่ใจ	113	28.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ แนวโน้มการจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพีพีอีกครั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับมาอย่างแน่นอน จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.75 และสัดส่วนที่เหลือ คือ ไม่น่าจะ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25

1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

การศึกษาข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ ผลการศึกษามีได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านผลิตภัณฑ์)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) ความประทับใจหมู่เกาะพีพี		
ประทับใจมาก	268	67.00
ประทับใจ	124	31.00
เฉย ๆ	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประทับใจมาก จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมา คือ ประทับใจ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และเฉย ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านราคา)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)ในภาพรวมของการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลมีความเหมาะสมของราคาค่าใช้จ่ายเพียงใด		
เหมาะสม	227	56.75
แพงเกินไป	173	43.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคาค่าใช้จ่ายพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา คือ คิดว่าแพงเกินไป จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยว		
บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว(Travel Agent)	170	42.50
บริการเสริมจองที่พักผ่านสายการบินต่างๆ	7	1.75
งานแสดงสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	41	10.25
จองที่พักจากบริการของเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Agoda, Booking.com, Thai Travel.comและอื่นๆ	1	.25
วางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง หรือได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	181	45.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่วางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง หรือได้รับคำแนะนำจากเพื่อนจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมา คือ บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว(Travel Agent) จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ จองที่พักจากบริการของเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Agoda, Booking.com, Thai Travel.comและอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .25

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านการส่งเสริมการตลาด)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
4. การส่งเสริมการตลาด ที่ทำให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี (ตอบมากกว่า 1 คำตอบ)		
หนังสือแนะนำเที่ยว / หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	216	54.00
การบอกเล่าจากเพื่อนๆหรือบุคคลใกล้ชิด	138	34.50
วิทยุ / โทรทัศน์	118	29.50
อินเทอร์เน็ต	215	53.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่การส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยว / หนังสือพิมพ์ / นิตยสารจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ วิทยุ / โทรทัศน์ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านบุคลากร)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
5. ด้านบุคลากรในการให้บริการ ความคิดเห็นต่อความเพียงพอของจำนวนบุคลากรทั้งภาครัฐ / เอกชน ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะพีพีดอนพีพีเล		
เพียงพอ	318	79.50
ไม่เพียงพอ	82	20.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.21 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ด้านบุคลากรในการให้บริการนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อความเพียงพอของจำนวนบุคลากรทั้งภาครัฐ / เอกชน ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะพีพีดอน พบว่า ส่วนใหญ่เพียงพอ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 และเห็นว่าไม่เพียงพอ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
6. ลักษณะทางกายภาพ เกาะพีพีควรได้รับการปรับปรุงในด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะพีพี	315	78.75
ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	251	62.75
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	304	76
ด้านการบริการ	154	38.5
ด้านโภชนาการ	57	14.25
ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	104	26
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะพีพีจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 รองลงมา คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ด้านโภชนาการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง (ด้านกระบวนการบริการ)

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
7. ด้านกระบวนการให้บริการ ท่านมีความพึงพอใจในกระบวนการบริการด้านใดมากที่สุด		
ด้านบริการที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การบริการของบริษัททัวร์และบริการอื่นๆ	67	16.75
ด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะพีพี	59	14.75
ด้านความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี	111	27.75
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกาะพีพี	131	32.75
ด้านโภชนาการ	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.23 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ด้านกระบวนการให้บริการนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกาะพีพีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา คือ ด้านความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ด้านโภชนาการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

1.4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

การศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ ผลการศึกษามีดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขจังหวัดกระบี่		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	.41	มากที่สุด
2	ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.53	.57	มาก
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	.51	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.17	.52	มาก
5	ด้านบุคลากร	4.28	.48	มากที่สุด
6	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	.47	มากที่สุด
7	ด้านกระบวนการบริการ	3.79	.36	มาก
รวม		4.07	.30	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขจังหวัดกระบี่ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.30)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ในแต่ละด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.41) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.48) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.57) รายละเอียดดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขของกลุ่มตัวอย่างด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก สามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก	4.77	.49	มากที่สุด
2	ความสวยงามของน้ำทะเลและแนวปะการังอยู่ในสภาพสวยงามไม่แตกหักและเสียหาย และมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมจำนวนมาก	4.41	.66	มากที่สุด
3	ป้ายบอกชื่อสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3.95	.64	มาก
รวม		4.38	.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.41)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ส่วนใหญ่ในแต่ละประเด็นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ความสวยงามของน้ำทะเลและแนวปะการังอยู่ในสภาพสวยงามไม่แตกหักและเสียหาย และมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมจำนวนมาก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = 0.66) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ป้ายบอกชื่อสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจนเข้าใจง่าย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.64) รายละเอียดดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขของกลุ่มตัวอย่างด้านราคา

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขจังหวัดกระบี่		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1	ความเหมาะสมของราคาที่พัก (กรณีพักที่เกาะพีพี) ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และบริการที่ได้รับ	3.53	.57	มาก
รวม		3.53	.57	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขด้านราคา ความเหมาะสมของราคาที่พัก (กรณีพักที่เกาะพีพี) ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และบริการที่ได้รับในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.57) รายละเอียดดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลขของกลุ่ม
ตัวอย่างด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1	ความหลากหลายของรูปแบบข้อมูลข่าวสารและสื่อ ประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว เช่น มีการโฆษณา โปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ Website หรือ social media ต่างๆ	4.14	.70	มาก
2	มีการจัดงานแสดงสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.41	.69	มากที่สุด
3	ความพอเพียงและความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารและ สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	4.08	.72	มาก
4	ส่วนลดราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆจากหนังสือและนิตยสารนำเที่ยวของประเทศไทย	3.86	.68	มาก
รวม		4.12	.51	มาก

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน
พีพีเลมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทาง
การจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.51)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าส่วนใหญ่ในแต่ละประเด็นมีระดับความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับมากเช่นกัน โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือมีการจัดงานแสดงสินค้าและบริการด้านการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = 0.69) รองลงมา คือ ความหลากหลายของ
รูปแบบข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวเช่นมีการโฆษณาโปรโมทสถานที่
ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ Website หรือ social media ต่างๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.70) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ หนังสือส่วนลด

ของการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.68) รายละเอียดดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	สามารถซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป	4.38	.69	มากที่สุด
2	สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านบริการบัตรเครดิต	3.87	.72	มาก
3	สามารถจองแพ็คเกจทัวร์ จองโรงแรม ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Agoda, Booking.com และอื่นๆ	4.06	.72	มาก
4	สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4.35	.70	มากที่สุด
รวม		4.17	.52	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.52)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าส่วนใหญ่ในแต่ละประเด็นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือสามารถซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.69) รองลงมาคือสามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.70) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านบริการบัตรเครดิตมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.72) รายละเอียดตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างด้านบุคลากร

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1	อธยาศัย / มิตรภาพของตนในพื้นที่ (คนท้องถิ่น)	4.42	.64	มากที่สุด
2	ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐ / เอกชนในการ ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว	4.11	.67	มาก
3	ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของ เจ้าหน้าที่	4.12	.64	มาก
4	ความเป็นมิตร ความสุภาพ ความรอบรู้ ความ กระตือรือร้นในการให้บริการและความสุภาพของ พนักงานบริการ ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ / เอกชนรวมถึง มัคคุเทศก์นำเที่ยว	4.48	.62	มากที่สุด
รวม		4.28	.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล ด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.48)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าส่วนใหญ่ในแต่ละประเด็นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมากในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความเป็นมิตร ความสุภาพ ความรอบรู้ความกระตือรือร้นในการให้บริการและความสุภาพของพนักงานบริการของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนรวมถึงมัคคุเทศก์นำเที่ยว มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ อธยาศัย / มิตรภาพของตนในพื้นที่ (คนท้องถิ่น) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.64) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.67) รายละเอียดดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างด้านลักษณะทางกายภาพ

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่			ระดับ ความพึงพอใจ
	$\bar{x}$	S.D.	
1 ความสวยงามและความเหมาะสมในการตกแต่งสถานที่ ท่องเที่ยวบนเกาะพีพี เช่น ทักษิณภาพ / ภูมิทัศน์ รวมถึง ความสวยงามของโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร	4.46	.69	มากที่สุด
2 แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก สามารถ เดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก	4.50	.63	มากที่สุด
3 การแบ่งโซนของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม เช่น โซน สถานที่ท่องเที่ยว โซนร้านค้า โซนที่พัก เป็นต้น	3.68	.69	มาก
รวม	4.21	.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.47)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าส่วนใหญ่ในแต่ละประเด็นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือความสวยงามและความเหมาะสมในการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะพีพี เช่น ทักษิณภาพ / ภูมิทัศน์ รวมถึงความสวยงามของโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.69) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การแบ่งโซนของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม เช่น โซนสถานที่ท่องเที่ยว โซนร้านค้า โซนที่พัก เป็นต้น มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.69) รายละเอียดดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างด้านกระบวนการบริการ

ความคิดเห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
(1) ด้านความปลอดภัย	3.79	.50	มาก
1 มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความเรียบร้อยตามจุดต่างๆ บนเกาะอย่างทั่วถึง เช่น ดำรงท้องเที่ยว ปลูก ตามจุดต่างๆ	3.81	.67	มาก
2 มีไฟฟ้าและแสงสว่างอย่างเพียงพอบนเกาะพีพี	3.77	.62	มาก
(2) สิ่งอำนวยความสะดวก	3.80	.47	มาก
3 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด / สะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวตามจุดสำคัญต่างๆอย่างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.63	.59	มาก
4 ร้านจำหน่ายของฝาก ร้านอาหาร และและร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาดและถูกหลักอนามัย และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.97	.60	มาก
(3) ด้านความสะอาด	3.79	.50	มาก
1 ความสะอาดของห้องน้ำรวมถึงถึงถังขยะไว้บริการไว้บริการตามสถานที่ต่างๆอย่างเพียงพอ	3.74	.60	มาก
2 ความสะอาดบริเวณรอบ ๆ เกาะพีพี	3.83	.65	มาก
รวม	3.79	.36	มาก

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านกระบวนการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.36)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ทุกประเด็นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นกัน โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ร้านจำหน่ายของฝาก ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาดและถูกหลักอนามัย และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.65) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือมีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด / สะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวตามจุดสำคัญต่างๆอย่างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.59) รายละเอียดดังตารางที่ 4.31

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ (Y)			ผลการทดสอบ สมมติฐาน
	t-test	F-test	P-value	
1. เพศ	-1.778	-	.078	ไม่มีผล
2. อายุ	-	.186	.906	ไม่มีผล
3. ภูมิลำเนา	-	.963	.450	ไม่มีผล
4. ระดับการศึกษา	-	2.045	.131	ไม่มีผล
5. สถานภาพสมรส		2.642	.073	ไม่มีผล
6. อาชีพ	-	2.529	.040*	มีผล
7. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	-	.113	.953	ไม่มีผล

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.32 สรุปผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรสและรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้นหมายถึง ถ้านักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ก็จะทำให้ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

1.1 เพศ

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	เพศ				t	P-value
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	.41	4.37	.41	.041	.967
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่ย)	3.52	.58	3.54	.57	-.382	.702
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06	.55	4.17	.47	-2.062	.040*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.12	.55	4.20	.50	-1.468	.143
5. ด้านบุคลากร	4.25	.45	4.31	.49	-1.192	.234
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.17	.47	4.24	.47	-1.589	.113
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.77	.36	3.81	.37	-1.096	.274
รวมเฉลี่ย	4.04	.31	4.09	.29	-1.778	.076

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ โดยทดสอบค่าที (Independent t – test) พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .076 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเพศชายกับเพศหญิงไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า P-value เท่ากับ .040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นสรุปได้ว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายกับเพศหญิงไม่แตกต่างกันแต่ในรายปัจจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล จังหวัดกระบี่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่าเพศชาย

1.2 อายุ

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	อายุ				F	P-value
	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ		
	1	2	3	4		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	4.36	4.35	4.38	.682	.563
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่ย)	3.52	3.47	3.56	3.59	.859	.462
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	4.14	4.07	4.18	.797	.496
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการ ท่องเที่ยว	4.13	4.24	4.15	4.08	1.66 0	.175
5. ด้านบุคลากร	4.30	4.26	4.28	4.29	.129	.943
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	4.23	4.19	4.22	.109	.955
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.86	3.78	3.76	3.80	1.18 0	.317
รวมเฉลี่ย	4.08	4.07	4.05	4.08	.186	.906

หมายเหตุ

ระดับที่ 1 หมายถึง ต่ำกว่า 20

ระดับที่ 2 หมายถึง 20-30 ปี

ระดับที่ 3 หมายถึง 31-40 ปี

ระดับที่ 4 หมายถึง 40 ปี ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .906 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามระดับอายุ ดังนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ

1.3 ภูมิสำเนา

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิสำเนา

ความพึงพอใจในการ จัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	ภูมิสำเนา							F	Pvalue
	1	2	3	4	5	6	7		
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	4.41	4.21	4.35	4.46	4.39	4.35	1.413	.208
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.45	3.53	3.38	3.70	3.58	3.56	3.47	1.382	.220
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.14	4.15	4.10	4.01	4.05	4.16	4.20	.726	.629
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14	4.17	4.02	4.18	4.18	4.18	4.22	.442	.851
5. ด้านบุคลากร	4.31	4.34	4.22	4.15	4.32	4.31	4.18	1.082	.372
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.14	4.19	4.10	4.24	4.30	4.23	4.24	1.016	.414
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.75	3.84	3.69	3.82	3.84	3.80	3.72	1.109	.356
รวมเฉลี่ย	4.04	4.09	3.96	4.07	4.10	4.09	4.06	.963	.450

หมายเหตุ

- 1 หมายถึง กรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 2 หมายถึง ภาคกลาง
- 3 หมายถึง ภาคตะวันตก
- 4 หมายถึง ภาคตะวันออก
- 5 หมายถึง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 6 หมายถึง ภาคใต้
- 7 หมายถึง ภาคเหนือ

จากตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .450 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกันเช่นกัน เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา

1.4 ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน
พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	ระดับการศึกษา						F	P-value
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.40	.40	4.34	.42	4.53	.27	2.698	.069
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.57	.55	3.48	.55	3.80	.77	3.563	.029*
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	4.15	.54	4.09	.48	4.28	.47	1.757	.174
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.12	.50	4.18	.53	4.45	.54	3.819	.023*
5. ด้านบุคลากร	4.30	.45	4.26	.50	4.34	.45	.365	.695
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	.47	4.21	.47	4.10	.45	.675	.510
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.81	.38	3.78	.36	3.76	.26	.487	.615
รวมเฉลี่ย	4.08	.29	4.05	.31	4.18	.28	2.045	.131

จากตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .131 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า P-value เท่ากับ .029, .023 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นสรุปได้ว่าในภาพรวมของความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ในรายปัจจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าระดับการศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ

ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) รายละเอียดในตารางที่ 4.37– 4.38

ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD)

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา โท
	$\bar{X}$	3.57	3.48
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.57	-	.090
		-	(.127)
ปริญญาตรี	3.48	-	-
		-	-.323*
		-	(.015)
ปริญญาโท	3.80	-	-
		-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 1 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีกับนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท โดยนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) สูงกว่านักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD)

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว			
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{X}$	4.12	4.18	4.45
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.1	-	-.063	-.334*
	2	-	(.244)	(.007)
ปริญญาตรี	4.1	-	-	-.271*
	8	-	-	(.026)
ปริญญาโท	4.4	-	-	-
	5	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีกับนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท โดยนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่านักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีกับนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท โดยนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่านักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.5 สถานภาพสมรส

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	สถานภาพสมรส						F	P- value
	โสด		สมรส		หย่าร้าง / แยกกันกัน อยู่			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.40	.40	4.35	.41	4.22	.47	2.143	.119
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.51	.56	3.57	.59	3.47	.51	.633	.532
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	.51	4.15	.48	3.79	.61	3.884	.021*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.19	.49	4.16	.55	3.87	.61	3.050	.048*
ด้านการท่องเที่ยว								
5. ด้านบุคลากร	4.30	.47	4.27	.49	4.18	.42	.528	.590
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	.42	4.23	.53	4.08	.49	.781	.458
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.82	.36	3.75	.36	3.74	.36	2.065	.128
รวมเฉลี่ย	4.08	.29	4.07	.31	3.91	.32	2.642	.073

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นสรุปได้ว่าในภาพรวมของความพึงพอใจไม่แตกต่างกันแต่ในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวโสด , หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ สำหรับความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวโสดมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวสมรส , หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) รายละเอียดในตารางที่ 4.40 – 4.41

ตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พี พีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	โสด	สมรส	หย่า / แยกกัน อยู่
$\bar{X}$	4.13	4.15	3.79
โสด	-	-.027	.331*
	4.13	(.603)	(.010)
สมรส	-	-	.359*
	4.15	-	(.006)
หย่า / แยกกันอยู่	-	-	-
	3.79	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดกับนักท่องเที่ยวที่หย่าร้าง / แยกกันอยู่ โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นโสดจะมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่หย่าร้าง / แยกกันอยู่

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่สมรสกับนักท่องเที่ยวที่หย่าร้าง / แยกกันอยู่ โดยนักท่องเที่ยวที่สมรสจะมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ตารางที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรสเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว		
	โสด	สมรส	หย่า / แยกกันกันอยู่
$\bar{X}$	4.19	4.16	3.87
โสด	-	.028	.324*
	-	(.609)	(.014)
สมรส	-	-	.296*
	-	-	(.026)
หย่า / แยกกันกันอยู่	-	-	-
	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดกับนักท่องเที่ยวที่หย่าร้าง / แยกกันอยู่ โดยนักท่องเที่ยวที่โสดจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่หย่าร้าง / แยกกันอยู่

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วกับนักท่องเที่ยวที่ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ โดยนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเลด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.6 อาชีพ

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมู่เกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัด กระบี่	อาชีพ					F	P-value
	1	2	3	4	5		
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.44	4.29	4.43	4.35	4.33	1.869	.115
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.59	3.56	3.52	3.49	3.54	.361	.837
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	4.03	4.13	4.13	4.11	1.001	.407
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.35	4.04	4.15	4.22	3.97	4.341	.002*
5. ด้านบุคลากร	4.36	4.27	4.31	4.25	4.21	.733	.570
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.39	4.16	4.23	4.18	4.10	2.887	.022*
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.82	3.76	3.84	3.76	3.75	.944	.438
รวมเฉลี่ย	4.17	4.02	4.09	4.05	4.00	2.529	.040*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- 1 หมายถึง ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 2 หมายถึง เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว
- 3 หมายถึง นักเรียน / นักศึกษา
- 4 หมายถึง พนักงานเอกชน
- 5 หมายถึง แม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามอาชีพ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า P-value เท่ากับ .002, .022 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นสรุปได้ว่าในภาพรวมของความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเลจังหวัดกระบี่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) รายละเอียดในตารางที่ 4.43 – 4.45

ตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	แม่บ้าน / รับจ้าง ทั่วไป
$\bar{x}$	4.35	4.04	4.15	4.22	3.97
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	-	.312*	.200*	.132	.377*
	4.35	-	(.001)	(.018)	(.108)
เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจ ส่วนตัว	-	-	-.112	-.180*	.065
	4.04	-	-.170	(.023)	(.552)
นักเรียน / นักศึกษา	-	-	-	-.068	.177
	4.15	-	-	(.300)	(.077)
พนักงานเอกชน	-	-	-	-	.245*
	4.22	-	-	-	(.013)
แม่บ้าน / รับจ้าง ทั่วไป	-	-	-	-	-
	3.97	-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 5 คู่ ดังนี้

กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีคอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน

คู่ที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัวกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนกับนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพี ดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD)

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพ						
อาชีพ		ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	แม่บ้าน / รับจ้าง ทั่วไป
	$\bar{X}$	4.39	4.16	4.23	4.18	4.10
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.39	-	.226*	.160*	.208*	.292*
		-	(.009)	(.037)	(.005)	(.004)
เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว	4.16	-	-	-.066	-.018	.066
		-	-	(.373)	(.804)	(.504)
นักเรียน / นักศึกษา	4.23	-	-	-	.048	.132
		-	-	-	(.421)	(.145)
พนักงานเอกชน	4.18	-	-	-	-	.084
		-	-	-	-	(.345)
แม่บ้าน / รับจ้าง ทั่วไป	4.10	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 4 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

คู่ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน

คู่ที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพี
ดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่
โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ในภาพรวม				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	แม่บ้าน / รับจ้าง ทั่วไป
$\bar{x}$	4.17	4.02	4.09	4.05	4.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	-	.149*	.080	.111*	.163*
เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-.070	-.038	.014
นักเรียน / นักศึกษา	-	-	-	.031	.083
พนักงานเอกชน	-	-	-	-	.052
แม่บ้าน / รับจ้าง ทั่วไป	-	-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน

คู่ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป

1.7 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะ พีพี ดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน					F	P-value
	1	2	3	4	5		
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.44	4.37	4.34	4.32	4.30	.956	.431
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.49	3.54	3.55	3.50	3.70	.441	.779
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	4.15	4.13	4.07	3.93	.548	.701
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.12	4.16	4.24	4.13	3.90	1.514	.197
5. ด้านบุคลากร	4.31	4.25	4.31	4.32	4.05	.894	.467
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	4.23	4.24	4.09	3.83	2.271	.061
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.85	3.78	3.74	3.88	3.62	2.286	.060
รวมเฉลี่ย	4.08	4.07	4.08	4.04	3.90	.842	.499

1 หมายถึง ต่ำกว่า 10,000 บาท

2 หมายถึง 10,001 – 25,000 บาท

3 หมายถึง 25,001 – 40,000 บาท

4 หมายถึง 40,001 – 55,000 บาท

5 หมายถึง 55,000 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .450 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าทุกด้านของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ดังนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่ ประสบการณ์การมาท่องเที่ยววัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ลักษณะการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพี ดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ (Y)			ผลการทดสอบ สมมติฐาน
	t-test	F-test	P-value	
1. ประสบการณ์การมาท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเล	.177	-	.860	ไม่มีผล
2. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	-	3.794	.011*	มีผล
3. ลักษณะการมาท่องเที่ยว	-	4.047	.007*	มีผล

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวและลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.1 ประสิทธิภาพการมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสิทธิภาพการมาท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเล

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	ประสบการณ์การมาท่องเที่ยว				t	P-value
	เกาะพีพีดอน พีพีเล					
	เคย		ไม่เคย			
	(มาเป็นครั้งแรก)					
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.41	.42	4.34	.40	1.599	.111
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.53	.54	3.53	.60	.021	.983
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	.51	4.12	.51	.096	.923
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14	.54	4.19	.51	-.972	.332
5. ด้านบุคลากร	4.27	.48	4.29	.48	-.393	.695
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.19	.49	4.23	.45	-.739	.460
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.83	.36	3.76	.36	1.950	.052
รวมเฉลี่ย	4.07	.32	4.07	.28	.177	.860

จากตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสิทธิภาพการมาท่องเที่ยวพีพีดอน พีพีเล โดยทดสอบค่าที (Independent t – test) ความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .860 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามประสิทธิภาพการมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เช่นกัน เมื่อจำแนกตามประสิทธิภาพการมาท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล ดังนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

2.2 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว				F	P-value
	1	2	3	4		
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	4.38	4.48	4.44	1.975	.117
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่ย)	3.51	3.51	3.60	3.60	.443	.723
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	4.09	4.27	4.22	2.505	.059
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14	4.08	4.35	4.27	3.660	.013*
5. ด้านบุคลากร	4.26	4.27	4.34	4.43	1.039	.375
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.18	4.18	4.39	4.22	3.492	.016*
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.79	3.77	3.78	3.99	1.586	.192
รวมเฉลี่ย	4.04	4.04	4.17	4.17	3.794	.011*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1 หมายถึง ท่องเที่ยว / พักผ่อน

2 หมายถึง เชื่อมญาติ / เชื่อมเพื่อน

3 หมายถึง ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท

4 หมายถึง ทักษศึกษา และอื่น ๆ

จากตารางที่ 4.49 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า P-value เท่ากับ .013, .016 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเลจังหวัดกระบี่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว และด้านลักษณะทางกายภาพที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นสรุปได้ว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเลจังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาประชุมสัมมนา/ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัทหรือมาทัศนศึกษาจะมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ

ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) รายละเอียดในตารางที่ 4.50 – 4.52

ตารางที่ 4.50 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด				ทัศนศึกษา
	ท่องเที่ยว / พักผ่อน	เยี่ยมชม / เยี่ยมชมเพื่อน	ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยว ประจำปีของ บริษัท		
	$\bar{X}$	4.14	4.08	4.35	4.27
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	4.14	-	.054	-.212*	-.128
		-	(.431)	(.004)	(.353)
เยี่ยมชม / เยี่ยมเพื่อน	4.08	-	-	-.266*	-.182
		-	-	(.003)	(.215)
ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยว		-	-	-	.084
ประจำปีของบริษัท	4.35	-	-	-	(.573)
		-	-	-	-
ทัศนศึกษา และอื่น ๆ	4.27	-	-	-	-
		-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อนกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อนจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อนกับ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท โดย นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัทจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน

ตารางที่ 4.51 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
เกาะ พีพีดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพ					
วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว		ประชุมสัมมนา			ทัศนศึกษา และอื่น ๆ
		ท่องเที่ยว / พักผ่อน	เยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	/ ท่องเที่ยว ประจำปีของ บริษัท	
	$\bar{x}$	4.18	4.18	4.39	4.22
ท่องเที่ยว / พักผ่อน		-	.002	-.209*	-.044
	4.18	-	(.969)	(.002)	(.722)
เยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน		-	-	-.211*	-.047
	4.18	-	-	(.009)	(.725)
ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยว		-	-	-	.165
	4.39	-	-	-	(.221)
ทัศนศึกษา และอื่น ๆ		-	-	-	-
	4.22	-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อนกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัทจะมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน

ตารางที่ 4.52 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวม			
		ประมุขสัมมนา			ทัศนศึกษา และอื่น ๆ
		ท่องเที่ยว / พักผ่อน	เยี่ยมชมญาติ / เยี่ยมชมเพื่อน	/ ท่องเที่ยว ประจำปีของ บริษัท	
		4.04	4.04	4.17	4.17
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	4.04	-	.002	-.128*	-.123
		-	(.956)	(.003)	(.121)
เยี่ยมชมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	4.04	-	-	-.131*	-.126
		-	-	(.012)	(.139)
ประมุขสัมมนา / ท่องเที่ยว ประจำปีของบริษัท	4.17	-	-	-	.005
		-	-	-	(.954)
ทัศนศึกษา และอื่น ๆ	4.17	-	-	-	-
		-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อนกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประมุขสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประมุขสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อนกับ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท โดย นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัทจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาปรวมสูงกว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน

2.3 ลักษณะการมาท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีใน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่	ลักษณะการมาท่องเที่ยว				F	P- value
	1	2	3	4		
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	4.37	4.36	4.45	1.559	.199
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	3.53	3.64	3.45	3.53	2.927	.034*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	4.08	4.08	4.34	6.689	.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.82	4.03	4.20	4.38	10.833	.000*
5. ด้านบุคลากร	4.27	4.28	4.27	4.33	.320	.811
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	4.18	4.19	4.35	2.901	.035*
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.79	3.81	3.78	3.79	.236	.871
รวมเฉลี่ย	3.95	4.06	4.05	4.17	4.047	.007*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- 1 หมายถึง เดินทางคนเดียว
- 2 หมายถึง เดินทางกับครอบครัว
- 3 หมายถึง เดินทางกับแฟน / เพื่อน
- 4 หมายถึง เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์

จากตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยวโดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 นั้นหมายถึงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยวจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า P-value เท่ากับ .034, .000, .000 และ .035 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ .05 นั้นหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพีพีเลจังหวัดกระบี่ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นสรุปได้ว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวเดินทางมากับบุคคลอื่นๆ

ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) รายละเอียดในตารางที่ 4.54 – 4.56

ตารางที่ 4.54 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ลักษณะการมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)			
		เดินทางคนเดียว	เดินทางกับครอบครัว	เดินทางกับแฟน / เพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์
		3.53	3.64	3.45	3.53
เดินทางคนเดียว	3.53	-	- .110	.083	.007
		-	(.476)	(.584)	(.965)
เดินทางกับครอบครัว	3.64	-	-	.193*	.117
		-	-	(.003)	(.153)
เดินทางกับแฟน / เพื่อน	3.45	-	-	-	-.076
		-	-	-	(.325)
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	3.53	-	-	-	-
		-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 1 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครอบครัวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแฟนหรือเพื่อน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครอบครัวจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแฟนหรือเพื่อน

ตารางที่ 4.55 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพี ดอนพีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ลักษณะการมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ลักษณะการมาท่องเที่ยว		ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
		เดินทางคนเดียว	เดินทางกับ ครอบครัว	เดินทางกับ แฟน / เพื่อน	เดินทางกับ กรุ๊ปทัวร์
	$\bar{x}$	3.90	4.08	4.08	4.34
เดินทางคนเดียว	3.90	-	-181	-178	-.442*
		-	(.183)	(.185)	(.002)
เดินทางกับครอบครัว	4.08	-	-	.004	-.261*
		-	-	(.950)	(.000)
เดินทางกับแฟน / เพื่อน	4.08	-	-	-	-.264*
		-	-	-	(.000)
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	4.34	-	-	-	-
		-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว

คู่ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟน / เพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟนหรือเพื่อน

ตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ลักษณะการมาท่องเที่ยว		ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด			
		เดินทางคนเดียว	เดินทางกับครอบครัว	เดินทางกับแฟน / เพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์
	$\bar{x}$	3.82	4.03	4.20	4.38
เดินทางคนเดียว	3.82	-	-0.209 (.131)	-0.387* (.005)	-0.568* (.000)
เดินทางกับครอบครัว	4.03	-	-	-0.179* (.002)	-0.360* (.000)
เดินทางกับแฟน / เพื่อน	4.20	-	-	-	-0.181* (.009)
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	4.38	-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 5 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟนหรือเพื่อน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟน หรือเพื่อนจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่ง

ท่องเที่ยวเกาะ ฟิฟิดอนฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากคนเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ ฟิฟิดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว

คู่ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟนหรือเพื่อน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟนหรือเพื่อนจะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ ฟิฟิดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว

คู่ที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ ฟิฟิดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว

คู่ที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟนหรือเพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ ฟิฟิดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟนหรือเพื่อน

ตารางที่ 4.57 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ลักษณะการมาท่องเที่ยว		ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพ			
		เดินทางคน เดียว	เดินทางกับ ครอบครัว	เดินทางกับ แฟน / เพื่อน	เดินทางกับ กรุ๊ปทัวร์
	$\bar{x}$	4.07	4.18	4.19	4.35
เดินทางคนเดียว	4.07	-	-.117	-.120	-.280*
		-	(.361)	(.339)	(.035)
เดินทางกับครอบครัว	4.18	-	-	-.004	-.163*
		-	-	(.947)	(.017)
เดินทางกับแฟน / เพื่อน	4.19	-	-	-	-.159*
		-	-	-	(.013)
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	4.35	-	-	-	-
		-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว

คู่ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟน / เพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแฟน / เพื่อน

ตารางที่ 4.58 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ลักษณะการมาท่องเที่ยว		ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว			
		เกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวม			
		เดินทางคนเดียว	เดินทางกับครอบครัว	เดินทางกับแฟน / เพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์
	$\bar{x}$	3.95	4.06	4.05	4.17
เดินทางคนเดียว	3.95	-	-.111	-.100	-.222*
		-	(.175)	(.213)	(.009)
เดินทางกับครอบครัว	4.06	-	-	.011	-.111*
		-	-	(.756)	(.010)
เดินทางกับแฟน / เพื่อน	4.05	-	-	-	-.122*
		-	-	-	(.003)
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	4.17	-	-	-	-
		-	-	-	-

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Fisher's least significant difference : LSD) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว

คู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพี ดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว

คู่ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับแฟน / เพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแฟน / เพื่อน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีในการจัดการท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่

ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.59 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) กับความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's)	ความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่		
	r	Sig.	แปลความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.397**	.000	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
2. ด้านราคา (ค่าใช้จาย)	.106*	.034	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.148**	.003	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.389**	.000	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
5. ด้านบุคลากร	.413*	.003	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	.558*	.002	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
7. ด้านกระบวนการบริการ	.636**	.000	มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.59 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) มีค่า Significant น้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01

สรุป ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. < 0.01) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย-ปานกลาง และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) สูงขึ้น ก็จะส่งผลให้มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังตารางที่ 4.59



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนฟิฟิเลจังหวัดกระบี่ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน-ฟิฟิเล จังหวัดกระบี่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆด้านเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานในการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ผลการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA)(F-test)) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นำเสนอการสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.00 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ร้อยละ 34.75 มีภูมิลำเนา คือ ภาคใต้ เป็นร้อยละ 24.50 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.50 เป็นโสด ร้อยละ 55.25 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 33.50 มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 25,000 บาท ร้อยละ 36.25

5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ พบว่าส่วนใหญ่มากครั้งนี้เป็นครั้งแรก ร้อยละ 51.00 โดยมาเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน ร้อยละ 62.25 ซึ่งเดินทางมากับเพื่อน / แฟน ร้อยละ 45.00 เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี 2 – 3 ครั้ง ต่อปี ร้อยละ 58.50 มักเดินทางวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 56.25 ใช้เวลาในการพักผ่อนส่วนใหญ่ เป็น 1 – 3 วัน ร้อยละ 65.00 ซึ่งเดินทางมากับรถนำเที่ยวบริษัททัวร์ ร้อยละ 34.25 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 44.75 และมีแนวโน้มการจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพีพีอีกครั้งในอนาคต ร้อยละ 71.75

5.1.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ ความประทับใจเกาะพีพี ส่วนใหญ่มีความประทับใจมาก ร้อยละ 67.00 ด้านราคาในภาพรวมของการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ ความเหมาะสมของราคาค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม ร้อยละ 56.75 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางในการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่เป็นการวางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง หรือได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ร้อยละ 45.25 สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยว / หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร จำนวน ร้อยละ 54.00 และด้านบุคลากรในการให้บริการความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของจำนวนบุคลากรทั้งภาครัฐ / เอกชนที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะพีพีดอนพืพีเล ส่วนใหญ่เห็นว่ามีจำนวนเพียงพอ ร้อยละ 79.50 และด้านลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะพีพีร้อยละ 78.75 และด้านกระบวนการให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกาะพีพีร้อยละ 32.75

5.1.4 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอนพืพีเล จังหวัดกระบี่ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเลในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ในแต่ละด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านบุคลากร และด้านที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ด้านราคา สรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

5.1.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าประเด็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆใกล้เคียงได้สะดวกมีระดับความพึงพอใจสูงสุดซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสวยงามของน้ำทะเลและแนวปะการังอยู่ในสภาพสวยงามไม่แตกหักและเสียหายและมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมจำนวนมากมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันและประเด็น

ที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ป้ายบอกชื่อสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจนเข้าใจง่าย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.4.2 ด้านราคา ความเหมาะสมของราคาที่พัก (กรณีพักที่เกาะพีพี) ร้านอาหารร้านขายของที่ระลึก และบริการที่ได้รับ พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าประเด็นการมีจัดงานแสดงสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (งานไทยเที่ยวไทย) มีระดับความพึงพอใจสูงสุดซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความหลากหลายของรูปแบบข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว เช่น มีการโฆษณาโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ Website หรือ social media ต่างๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ หนังสือส่วนลดของการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นสามารถซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไปมีระดับความพึงพอใจสูงสุดซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันและประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือสามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านบริการบัตรเครดิตมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.4.5 ด้านบุคลากร พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า ประเด็นความเป็นมิตร ความสุภาพ ความรอบรู้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการและความสุภาพของพนักงานบริการของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนรวมถึงมัคคุเทศก์นำเที่ยวมีระดับความพึงพอใจสูงสุดซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคืออัธยาศัย/มิตรภาพของคนในพื้นที่ (คนท้องถิ่น) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันและประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.4.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่าประเด็นการที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสวยงามและความเหมาะสมในการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะพีพี เช่น ทศนียภาพ/ภูมิทัศน์ รวมถึงความสวยงามของโรงแรม ที่พักร้านอาหารมีระดับความพึงพอใจ

อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน และประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ การแบ่งโซนของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม เช่น โซนสถานที่ท่องเที่ยว โซนร้านค้า โซนที่พัก เป็นต้น มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.4.7 ด้านกระบวนการบริการ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าประเด็นการที่ร้านจำหน่ายของฝากร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีสินค้าที่มีคุณภาพสะอาดและถูกหลักอนามัยและมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกันและประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือการมีห้องน้ำห้องสุขาที่สะอาด/สะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวตามจุดสำคัญต่างๆอย่างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกัน

5.1.5.1 เพศ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายกับเพศหญิงไม่แตกต่างกัน แต่ในรายปัจจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงมีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่าเพศชาย

5.1.5.2 อายุ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ

5.1.5.3 ภูมิลำเนา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา

5.1.5.4 ระดับการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าระดับการศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ

5.1.5.5 สถานภาพสมรส ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนักท่องเที่ยวที่สมรสมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นโสด หย่า / แยกกันอยู่ สำหรับความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่โสดมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว หย่าร้าง / แยกกันอยู่

5.1.5.6 อาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

5.1.5.7 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่ ประสบการณ์การมาท่องเที่ยวหมู่เกาะพีพีดอน พีพีเล วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกัน

5.1.5.8 ประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

5.1.5.9 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและ

ด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท หรือมาทัศนศึกษาจะมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่น

5.1.5.10 ลักษณะการมาท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในรายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวและด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวสูงกว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยบุคคลอื่นๆ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยว เกาะพีพีตอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยวเกาะพีพีตอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (Sig. < 0.01) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย-ปานกลาง และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) สูงขึ้น ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีตอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน และ ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ภรณ์ทิพย์ หงส์ขาว (2553) จากการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาบริการแหล่งท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองกระบี่ จำนวน 400 คน โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ f-test ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดกระบี่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ผลการเปรียบเทียบของนักท่องเที่ยว ที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะกีกีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่พบว่า ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นสถานภาพทางสังคมสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้าน

ลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆใกล้เคียงได้สะดวกมีระดับความพึงพอใจสูงสุด และแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามของน้ำทะเลแนวปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ไม่แตกหักและเสียหายสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Buhalis (2000) ที่ได้กล่าวถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญในการท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวต้องเดินทางเยี่ยมชม ด้านบุคลากรพบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือความเป็นมิตร ความสุภาพ ความรอบรู้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการและความสุภาพของพนักงานบริการของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชน รวมถึงมัคคุเทศก์นำเที่ยวมีระดับความพึงพอใจสูงสุด ด้านกระบวนการบริการ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากให้ความสำคัญกับการที่มีร้านจำหน่ายของฝากร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีสินค้าที่มีคุณภาพสะอาดและถูกหลักอนามัยและมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมปนาท บุญพ้อม (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก รีสอร์ท เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ราย ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเดินทางในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม ในการพำนักร เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ต้องการระยะเวลาพำนักร 4-6 วัน เหตุผลการเลือกที่พักจะพิจารณาด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมากับครอบครัว ได้รับข้อมูลและบริการที่พักจากตัวแทน มีการจอง/สำรองสถานที่พัก ตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตัวเอง และจะกลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมอีก ส่วนเหตุผลที่ไม่กลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมเพราะการเดินทางไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านห้องพัก อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยเน้นเรื่องความสะอาดของห้องพักและห้องน้ำ รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ เน้นเรื่องความสะอาดสถานที่โดยรอบของที่พัก ถัดมาด้านราคาเน้นเรื่องระดับราคาที่เหมาะสมกับขนาดของห้องพัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นเรื่อง ความสะดวกในการเดินทาง ด้านบุคลากรเน้นเรื่องพนักงานบริการยิ้มแย้มแจ่มใสและมีความเป็นมิตร ด้านการส่งเสริมการตลาดเน้นเรื่องโปรโมชั่นผ่านอินเทอร์เน็ต และทางด้านการให้บริการเน้นเรื่องการบริการสัมภาระให้ผู้เข้าพัก

สรุปผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษาสถานภาพการสมรสและรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 นั้นหมายถึง ถ้านักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ก็จะทำให้ความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยว เกาะพีพีดอน พีพีเลจังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. < 0.01) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย-ปานกลาง และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7P's) สูงขึ้น ก็จะส่งผลให้มีความพึงพอใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งนี้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปข้อเสนอแนะโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักให้สามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวกการสามารถรักษาความสวยงามของน้ำทะเลและแนวปะการังอยู่ในสภาพสวยงามไม่แตกหักและเสียหายและควรหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านนี้คือป้ายบอกชื่อสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจนเข้าใจง่าย เป็นต้น

2. ด้านราคาควร ให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาสินค้าและบริการในพื้นที่ให้มีความเหมาะสม ได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (งานไทยเที่ยวไทย) การให้มีความหลากหลายของรูปแบบข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวเช่นมีการโฆษณาโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ Website หรือ social media ต่างๆ และควรหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านนี้คือ ส่วนลดราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

จากหนังสือและนิตยสารนำเที่ยวของประเทศไทย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้สามารถซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไปการสามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและควหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านนี้ คือ สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านบริการบัตรเครดิต เป็นต้น

5. ด้านบุคลากร ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการฝึกอบรมพนักงานบริการของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนรวมถึงมัคคุเทศก์นำเที่ยวกับนักท่องเที่ยวให้สามารถให้บริการด้วยความเป็นมิตรความสุภาพความรอบรู้ความกระตือรือร้นในการให้บริการและความสุภาพและควหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านนี้คือความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆใกล้เคียงได้สะดวกการคงรักษาความสวยงามและความเหมาะสมในการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะพีพีเช่นทัศนียภาพ / ภูมิทัศน์รวมถึงความสวยงามของโรงแรมที่พักร้านอาหารและควหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านนี้ คือ การแบ่งโซนของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม เช่น โซนสถานที่ท่องเที่ยว โซนร้านค้า โซนที่พัก

7. ด้านกระบวนการบริการ ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้ร้านจำหน่ายของฝาก ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จัดหาแหล่งวัตถุดิบ และสินค้าที่เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาดและถูกหลักอนามัยและมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวการรักษาความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพีและควหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านนี้คือ การมีห้องน้ำ-ห้องสุขาที่สะอาด/สะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวตามจุดสำคัญต่างๆอย่างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.3.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำข้อมูลที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นพื้นฐานในการปรับปรุงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

2. ควรศึกษาในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 1 ปี ต่อครั้ง เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะ พีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

3. จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยวสูงสุดดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการตอบสนองปัจจัยส่วน

ประสมทางการตลาดดังกล่าวให้ตอบสนองตามความคาดหวังของลูกค้าผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น โดยการศึกษาในเชิงลึกในปัจจัยดังกล่าวต่อไป

4. จากการศึกษา พบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลใช้ในการหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในปัจจุบันมากกว่าร้อยละ 60 คือ อินเทอร์เน็ต ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเว็บไซต์ การพัฒนาการให้บริการผ่านทางสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลต้องมีความทันสมัยเป็นปัจจุบันเข้าถึงง่าย โหลดได้เร็ว เป็นต้น

5. การศึกษาพื้นที่อื่น ๆ นอกเหนือจากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่



บรรณานุกรม

- กัมปนาท บุญพ้อมี. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภท รีสอร์ททกรณีศึกษา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. บัณฑิตวิทยาลัย ,มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- เกตุวดี ขอเจริญ.(2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยว ชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิต วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์.(2542). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ. ในเอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ เล่มที่ 1 (หน่วยที่ 1).นนทบุรี: สำนักพิมพ์ , มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จินตนา บุญบงการ. (2539). การขายบริการ. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.
- เจริญผล สุวรรณโชติ (2544). ทฤษฎีการบริหาร.กรุงเทพฯ : ทิฆังเอ็ด.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). การวางแผนและพัฒนากองท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิตยาพร เสมอใจ.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- _____. (2551).การจัดการและการตลาดบริหาร.กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นันทัช วรณณอม. (2546). หลักการมีคฤเทศก์. สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.(2549). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ไชยรัช บุญภูพันธุ์ตันติ. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการขนส่งไม้และของ ป่าเกี่ยวกับผลปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านป่าไม้ปทุมพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ญาณิสา ดันศิรินาถกุล.(2551). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ ในที่ชาฟารี. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณรงค์ฤทธิ์ โตริต.(2542). หลักการให้บริการในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ.
- ดรชนัน เอ็มพันธุ์. (2542). เอกสารการสอนวิชาหลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. กรุงเทพฯ: คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา)
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2536). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร
- ทศวรรณ กุลสถาพร. (2556). เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. คณะเศรษฐศาสตร์,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี: เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์, สุรเชษฐ์ เชษฐมาต, ดร.ชนันท์ เอมพันธ์, ญัฐ พิชกรรม, เล็ก เดิมตระกูล สมเกียรติ สิงหาวุฒิ และสิริพงษ์ ราชศิริ. (2542). *คู่มือการพัฒนา และออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกใน แหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว เมืองไทย*. วิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสแตมฟอร์ด
- บุญฤทธิ์ ลิ้มกลิ่น. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขา สกจังหวังสุราษฎร์ธานี*. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารทรัพยากรป่าไม้) สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เบญจมาศ ประยูรหงษ์. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต*. ปรินญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ นันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปณิศา สัจจานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ปิไลเนสเวิร์ด
- ปรีดา แซ่เต้า. (2551). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สารนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุสดี ภูษณาภิรมย์. (2551). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ กรมศึกษา อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชรภา เดชานุภานนท์. (2545). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเที่ยว เกาะช้าง จังหวัด ตรวค*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย นานาชาติสแตมฟอร์ด
- พิชาย รัตนคิดถ ก ภูเกิด. (2537). *แนวความคิดและการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในงานบริการ สาธารณสุข*. วารสารหมออนามัย

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภรณ์ทิพย์ หงส์ขาว (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาบริการแหล่งท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- มนตรี ปรางสูงเนิน. (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณน้ำตกพลิวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากร) สาขาการจัดการทรัพยากร โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา วัชรภรณ์ สุริยาภวัฒน์.(2546).วิจัยยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันเพ็ญ แต่งตั้ง. (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล.(2554) หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่6).ปทุมธานี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.2
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร : ส.ส.ท., 2543.
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์.(2542).คุณภาพในงานบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีระศักดิ์ คณะบุรณ์. (2547). ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย.ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทรัพยากรป่าไม้) สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552) การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ บริษัท ซีระฟิล์มและโซลาร์เท็กซ์ จำกัด.
- ศูนย์วิจัยกลไกไทย. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องในภาคใต้.สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2557 <http://www.ksmecare.com/Article>
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ 2555 – 2559. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2557,จากhttp://marketingdatabase.tat.or.th/more_news.php?cid=98
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) .

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. *การศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
- สมยศ นาวิการ. (2544). *การบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- สราวุธ มูลอืด.(2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(บธ.ม.), มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด.
- สุชุม นวลสกุล. (2538). *ทำงานให้ดีขึ้นต้องมีหัวใจบริการ*. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเวชสังคม
- สุวิวัฒน์ญ์ โสภณศิริ .(2554) *วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ กรุงเทพฯ : อินทนิล _____ . *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559*. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2557, <http://marketingdatabase.tat.or.th>
- Benjamin B. Wolman. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. Van Nostand : Reinheld Company. p. 384.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of Future*. Tourism Management.
- Chaplin. (1968). *Fishes of the Bahamas and adjacent tropical waters*. Livingstone Publishing Co., Pennsylvania, p. 437
- Dale. (1978). *Principles of Management : An Analysis of Managerial Functions*.
- Harvey Wallenstein. (1971). *A Dictionary of Psychology*. Maryland : Penguin Books, p.256.
- John D. Miller. (1954). *Management in Public Service*. The Quest for Effective Performance. New York: Mc Graw Hill Company, Inc
- Joseph Tiffin & Esnest J. Mc cormick. (1965). *Industrial Psychology*. Englewood Cliffs N.J. : Prentice Hall. p.349.
- Katz, Denet and Branda. (1973). *Bureaucracy and the 'Public*. New York: Basic Book.
- Koontz, Harold D., and Cyril O' Donnell. (1 9 7 2). *Principles of Management : An Analysis of Managerial Functions*. New York : Mc Graw-Hill.
- Newman, G. (1977). *The Living Marine Resources of the Southeast Atlantic*. Rome: FAO.
- Vroom, W.H. (1964). *Work and motivation*. New York : John Wiley & Sons.
- Weber, M.(1966). *The Theory of Social and Economic Organization*. Handerson & Articles.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพี
ดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามนี้เป็นการสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลไปประกอบการทำวิจัย โดยข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจะนำไปใช้ในการประกอบการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไปมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่

โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง ☐ ที่ท่านเห็นด้วยตามความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 21 - 30 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 - 50 ปี

☐ 51 - 60 ปี

☐ 60 ปีขึ้นไป

3. ภูมิลำเนา / ถิ่นที่อยู่อาศัย

☐ กรุงเทพฯ และปริมณฑล

☐ ภาคกลาง

☐ ภาคตะวันออก

☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ ภาคตะวันตก

☐ ภาคเหนือ

☐ ภาคใต้

4. การศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ☐ ปริญญาตรี
 - ☐ ปริญญาโท
 - ☐ ปริญญาเอก

5. สถานภาพสมรส

- ☐ โสด
- ☐ สมรส
- ☐ หย่าร้าง / แยกกันอยู่

6. อาชีพ

- ☐ นักเรียน / นักศึกษา
- ☐ พนักงานเอกชน
- ☐ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- ☐ เจ้าของธุรกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- ☐ แม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 10,0001 – 25,000 บาท

☐ 25,000 – 40,000 บาท ☐ 40,001 – 55,000 บาท

☐ 55,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มาก่อนหรือไม่

- ☐ เคย
- ☐ ไม่เคย (เป็นครั้งแรก)

2.วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้

- ☐ ท่องเที่ยว / พักผ่อน ☐ เยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน
- ☐ ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปีของบริษัท
- ☐ ทักษะศึกษา
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ

3.การเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านเดินทางมากับใคร

- ☐ คนเดียว
 - ☐ ครอบครัว
 - ☐ แฟน / เพื่อน
 - ☐ กรุ๊ปทัวร์

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายท่านเลือกใช้บริการท่องเที่ยวผ่านช่องทางใด

- ☐ บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว(Travel Agent)
- ☐ บริการเสริมจอบที่พักรผ่านสายการบินต่างๆ
- ☐ งานแสดงสินค้าบริการด้านท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ☐ จอบที่พักรจากบริการของเว็บไซต์เช่น Agoda, Booking.com, Thai Travel.comและอื่นๆ
- ☐ วางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง หรือได้รับคำแนะนำจากเพื่อน

4.การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ หนังสือแนะนำเที่ยว / หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร
- ☐ การบอกเล่าปากต่อปากจากเพื่อนๆหรือบุคคลใกล้ชิด
- ☐ วิทยุ / โทรทัศน์
- ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ

5.ด้านบุคลากรในการให้บริการ ท่านคิดว่าจำนวนบุคลากรทั้งภาครัฐ / เอกชน ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะพีพีคอน พีพีเลมมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่

- ☐ เพียงพอ
- ☐ ไม่เพียงพอ

6.ลักษณะทางกายภาพเกาะพีพีควรได้รับการปรับปรุงในด้านใด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะพีพี
- ☐ ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก
- ☐ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
- ☐ ด้านการบริการ
- ☐ ด้านโภชนาการ
- ☐ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

7.ด้านกระบวนการให้บริการ ท่านมีความพึงพอใจในกระบวนการบริการด้านใดบ้าง
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ด้านบริการของ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริษัททัวร์และอื่นๆ
- ☐ ด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะพีพี
- ☐ ด้านความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี
- ☐ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกาะพีพี
- ☐ ด้านโภชนาการ

ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน
พีพีเล จังหวัดหัดกระบี่

กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓)ลงใน ☐ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
มากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับมาก
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 : ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด (7P's) ในด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว)					
แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก สามารถเดินทางไปยังเกาะ อื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก					
ความสวยงามของน้ำทะเลและแนวปะการังอยู่ในสภาพสวยงามไม่ แตกหักและเสียหาย และมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมจำนวนมาก					
ป้ายบอกชื่อสถานที่ต่างๆและข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน เข้าใจง่าย					

ส่วนที่ 4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด (7P's) ในด้านต่างๆ (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)					
ความเหมาะสมของราคาที่พัก (กรณีพักที่เกาะพีพี) ร้านอาหาร ร้าน ขายของที่ระลึก และบริการที่ได้รับ					
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ความหลากหลายของรูปแบบข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ทางการท่องเที่ยว เช่น มีการโฆษณาโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวผ่าน สื่อต่างๆ Website หรือ social media ต่างๆ					
มีการจัดงาน แสวงสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (งานไทยเที่ยวไทย)					
ความพอเพียงและความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารและสื่อ ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว					
ส่วนลดราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จากหนังสือและนิตยสารนำเที่ยวของประเทศไทย					
4.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
สามารถซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป					
สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านบริการบัตรเครดิต					
สามารถจองแพ็คเกจทัวร์ จองโรงแรม ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Agoda, Booking.com และอื่นๆ					
สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว					
5.ด้านบุคลากร					
อรรถาศัย / มิตรภาพของคนในพื้นที่ (คนท้องถิ่น)					
ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐ / เอกชนในการให้บริการใน สถานที่ท่องเที่ยว					
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่					

ความเป็นมิตร ความสุภาพ ความรอบรู้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการและความสุภาพของพนักงานบริการ ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และเอกชนรวมถึงมัคคุเทศก์นำเที่ยว					
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ความสวยงามและความเหมาะสมในการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะพีพี เช่น ทศนียภาพ / ภูมิทัศน์ รวมถึงความสวยงามของโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร					
แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก สามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆ ใกล้เคียงได้สะดวก					
การแบ่งโซนของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม เช่น โซนสถานที่ท่องเที่ยว โซนร้านค้า โซนที่พัก เป็นต้น					
7.ด้านกระบวนการบริการ					
<u>ความปลอดภัย</u>					
มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความเรียบร้อยตามจุดต่างๆ บนเกาะอย่างทั่วถึง เช่น ตำรวจท่องเที่ยว ภูเก็ต ตามจุดต่างๆ					
มีไฟฟ้าและแสงสว่างอย่างเพียงพอบนเกาะพีพี					
<u>สิ่งอำนวยความสะดวก</u>					
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด / สะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวตามจุดสำคัญต่างๆอย่างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
ร้านจำหน่ายของฝาก ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาดและถูกหลักอนามัย และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
<u>ความสะอาด</u>					
ความสะอาดของห้องน้ำรวมถึงมีถังขยะไว้บริการไว้บริการตามสถานที่ต่างๆอย่างเพียงพอ					
ความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี					



ภาคผนวก ข

แบบทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC

แบบตรวจสอบค่าความสอดคล้องของเนื้อหาในแบบสอบถาม

การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of objective Congruence)

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามนี้ เป็นการสอบถามเพื่อเป็นข้อมูล ไปประกอบการทำวิจัย โดยข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม จะนำไปใช้ในการประกอบการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่

ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่

คำชี้แจง กรุณาพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปร โดยใช้เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

+ ๑ = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่ระบุไว้

๐ = เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่ระบุไว้

- ๑ = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่ระบุไว้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21 - 30 ปี ☐ 31 - 40 ปี ☐ 41 - 50 ปี ☐ 51 - 60 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3. ภูมิลำเนา / ถิ่นที่อยู่อาศัย ☐ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ☐ ภาคกลาง ☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ ภาคตะวันตก ☐ ภาคเหนือ ☐ ภาคใต้	+ 1	0	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
4. การศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก	+ 1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
5. สถานภาพสมรส ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้างแยกกันอยู่	+ 1	-1	+1	+1	+1	0.6	ใช้ได้
6. อาชีพ ☐ นักเรียน / นักศึกษา ☐ พนักงานเอกชน ☐ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ☐ เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว ☐ แม่บ้าน / รับจ้างทั่วไป	+ 1	-1	+1	+1	+1	0.6	ใช้ได้
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 10,001 – 25,000 บาท ☐ 25,000 – 40,000 บาท ☐ 40,001 – 55,000 บาท ☐ 55,000 บาท ขึ้นไป	+ 1	-1	0	0	+1	0.2	ปรับปรุง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งนี้มาก่อนหรือไม่ ☐ เคย ☐ ไม่เคย (เป็นครั้งแรก)	+ 1	+1	0	+1	+1	0.8	ใช้ได้
2.วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ครั้งนี้ ☐ ท่องเที่ยว / พักผ่อน ☐ เยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน ☐ ประชุมสัมมนา / ท่องเที่ยวประจำปี ของบริษัท ☐ ทักษิศึกษา ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ))	0	+1	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
3.การเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่าน เดินทางมากับใคร ☐ คนเดียว ☐ ครอบครัว ☐ แฟน / เพื่อน ☐ กรุ๊ปทัวร์	+ 1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
4.จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี ☐ ปีละ 1 ครั้ง ☐ 2 – 3 ครั้ง/ปี ☐ 3 – 5 ครั้ง/ปี ☐ มากกว่า 5 ครั้ง/ปี	+ 1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
5.ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางท่องเที่ยว โดยทั่วไป ☐ จันทร์ – ศุกร์ ☐ เสาร์ – อาทิตย์ ☐ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ))	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

6.ในแต่ละครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลากี่วัน ☐ 1-3 วัน ☐ 3-5 วัน ☐ 1 สัปดาห์ ☐ มากกว่า 1 สัปดาห์	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
7.พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ☐ รถยนต์ส่วนบุคคล ☐ รถประจำทาง / รถร่วมบริการ ☐ รถรับจ้างเหมา ☐ รถนำเที่ยวบริษัททัวร์ ☐ สายการบินต่างๆ	-1	+1	+1	+1	0	0.4	ปรับปรุง
8.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวใน ครั้งนี้เป็นจำนวนเงินเท่าไร ☐ ไม่เกิน 5,000 บาท ☐ 5,000 – 10,000 บาท ☐ 10,000 – 20,000 บาท ☐ 20,000 – 30,000 บาท ☐ 30,000 – 40,000 บาท ☐ 40,000 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	0	-1	0.4	ปรับปรุง
9.คุณคิดว่า คุณจะกลับมาท่องเที่ยวหมู่ เกาะพีพีอีกหรือไม่ ☐ ไม่ ☐ มาแน่นอน ☐ ไม่แน่ใจ	0	+1	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึง พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ การจัดการท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดหัดกระบี่	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว)ท่านมีความประทับใจเกาะพีพีหรือไม่ ☐ประทับใจมาก ☐ประทับใจ ☐ไม่ประทับใจเลย ☐เฉยๆ	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2. ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)ความเหมาะสมของราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง ค่าที่พัก(ถ้ามี) ค่าอาหาร ของที่ระลึกและบริการอื่นๆ ☐ ราคาแพง ☐ราคาแพงเกินไป ☐ ราคาเหมาะสม	+ 1	-1	0	0	+1	0.2	ปรับปรุง
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายท่านเลือกใช้บริการท่องเที่ยวผ่านช่องทางใด ☐บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว ☐ บริการเสริมจองที่พักผ่านสายการบินต่างๆ ☐งานแสดงสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ☐ จองที่พักจากบริการของเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Agoda, Booking.com, Thai Travel.comและอื่นๆ ☐ วางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง หรือได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

4.การส่งเสริมการตลาด ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ หนังสือแนะนำเที่ยว / หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร ☐ การบอกเล่าปากต่อปากจากเพื่อนๆ หรือบุคคลใกล้ชิด ☐ วิทยุ / โทรทัศน์ ☐ อินเทอร์เน็ต ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ))	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
5.ด้านบุคลากรในการให้บริการ ท่านคิดว่าจำนวนบุคลากรทั้งภาครัฐ / เอกชน ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะพีพีค่อนข้างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ ☐ เพียงพอ ☐ ไม่เพียงพอ	+1	-1	+1	+1	+1	0.6	ใช้ได้
6.ลักษณะทางกายภาพเกาะพีพีควรได้รับการปรับปรุงในด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ ด้านการรักษาความปลอดภัย ☐ ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ☐ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ☐ ด้านการบริการ ☐ ด้านโภชนาการ ☐ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

7.ด้านกระบวนการให้บริการ ท่านมีความพึงพอใจในกระบวนการบริการด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ ด้านบริการของ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริษัททัวร์และอื่นๆ ☐ ด้านการรักษาความปลอดภัย ☐ ความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี ☐ สิ่งอำนวยความสะดวกบนเกาะพีพี ☐ ด้านโภชนาการ	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดหวัคกระบี่	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1.ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเดินทางไปยังเกาะอื่นๆใกล้เคียงได้สะดวก	+1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
ความสวยงามของน้ำทะเลและแนวปะการังอยู่ในสภาพสวยงามไม่แตกหักและเสียหาย และมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมจำนวนมาก	+1	+1	0	+1	+1	0.8	ใช้ได้
ป้ายบอกชื่อสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2.ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) ความเหมาะสมของราคาที่พัก (กรณีพักที่เกาะพีพี) ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และบริการที่ได้รับ	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
3.ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวความหลากหลายของรูปแบบข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์	+1	+1	0	0	+1	0.6	ใช้ได้

ทางการท่องเที่ยว เช่นมีการโฆษณาไป รโมทสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ Website หรือ social media ต่างๆ							
มีการจัดงานแสดงสินค้าและบริการด้าน การท่องเที่ยวภายในประเทศของการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
ความพอเพียงและความถูกต้องของ ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
ส่วนลดราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดต่างๆจากหนังสือและ นิตยสารนำเที่ยวของประเทศไทย	+1	0	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
4.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถ ซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจาก บริษัทนำเที่ยวทั่วไป	+1	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านบริการเสริม ของบัตรเครดิตได้	+1	+1	0	0	0	0.4	ปรับปรุง
สามารถจองแพ็คเกจทัวร์ จองโรงแรม ที่ พักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Agoda, Booking.com และอื่นๆ	0	+1	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
สามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์จากงาน นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
5.ด้านบุคลากร ทัศนคติ / มิตรภาพของ คนในพื้นที่ (คนท้องถิ่น)	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐ / เอกชนในการให้บริการในสถานที่ ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการ ท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

ความเป็นมิตร ความสุภาพ ความรอบรู้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการและ ความสุภาพของพนักงานบริการ ของ เจ้าหน้าที่ของรัฐ / เอกชนรวมถึง มัคคุเทศก์นำเที่ยว	+ 1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ ความ สวยงามและความเหมาะสมในการ ตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะพีพี เช่น ทักษิณภาพ / ภูมิทัศน์ รวมถึงความ สวยงามของโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร	+1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
การแบ่งโซนของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม เช่น โซนสถานที่ท่องเที่ยว โซนร้านค้า โซนที่พัก เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
7.ด้านกระบวนการบริการ							
ความปลอดภัย							
มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความเรียบร้อยตาม จุดต่างๆ บนเกาะอย่างทั่วถึง เช่น ตำรวจ ท่องเที่ยว รปภ ตามจุดต่างๆ	+1	+1	0	0	+1	0.6	ใช้ได้
มีไฟฟ้าและแสงสว่างอย่างเพียงพอบน เกาะพีพี	+1	+1	0	0	+1	0.6	ใช้ได้
สิ่งอำนวยความสะดวก							
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด / สะดวกไว้ บริการนักท่องเที่ยวตามจุดสำคัญต่างๆ อย่างเพียงพอต่อความต้องการของ นักท่องเที่ยว	+ 1	+1	0	0	+1	0.6	ใช้ได้
ร้านจำหน่ายของฝาก ร้านอาหาร และ และร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีสินค้าที่มี คุณภาพ สะอาดและถูกหลักอนามัย และ มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของ นักท่องเที่ยว	+ 1	0	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้

ความสะอาด							
ความสะอาดของห้องน้ำรวมถึงมีถังขยะไว้บริการไว้บริการตามสถานที่ต่างๆอย่างเพียงพอ	+1	+1	0	+1	+1	0.8	ใช้ได้
ความสะอาดบริเวณรอบๆเกาะพีพี	+1	+1	0	+1	+1	0.8	ใช้ได้

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= 1.0+1.0+ 0.6+ 0.8+ 0.6+0.6+ 0.2+ 0.8+ 0.6+ 0.8+ 0.8+ 1.0+ 1.0+ \\ &0.4+0.4+0.6+1.0+ 0.2+1.0+0.8+ 0.6+ 0.8+ 0.8+0.8+0.8+1.0+0.8+ 0.6+ 1.0+ 0.8+ 0.6+ \\ &0.8+0.4+0.6+ 1.0+ 1.0+ 1.0+ 0.8+ 1.0+0.8+ 1.0+ 0.6+0.6+ 0.6+ 0.6+0.8+ 0.8 \end{aligned}$$

47

$$= \frac{32.5}{47} = 0.69$$

47

สรุปว่าแบบสอบถามสามารถใช้ในการสำรวจได้

ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
(Cronbach's Alpha)

Reliability**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	25

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
v1	98.70	58.421	.632	.882
v2	98.90	58.451	.550	.883
v3	99.23	61.769	.254	.890
v4	99.48	60.820	.384	.887
v5	99.15	57.977	.620	.881
v6	98.98	59.051	.506	.884

v7	99.15	60.028	.437	.886
v8	99.50	60.051	.425	.886
v9	98.80	57.754	.610	.882
v10	98.78	56.794	.709	.879
v11	98.83	56.866	.662	.880
v12	98.83	56.558	.693	.879
v13	98.80	59.959	.495	.885
v14	99.33	60.892	.350	.888
v15	99.23	61.204	.441	.886
v16	99.03	58.948	.534	.884
v17	98.95	58.869	.485	.885
v18	98.73	56.461	.746	.878
v19	99.78	63.307	.078	.895
v20	99.15	59.156	.534	.884
v21	99.53	59.589	.552	.884
v22	99.58	62.404	.181	.892
v23	99.38	61.728	.373	.888
v24	99.43	62.712	.205	.891
v25	99.43	63.430	.081	.894

ภาคผนวก ง

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ชื่อ	ตำแหน่ง
1. ดร. เอก ชุนหัชชราชัย	รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
2. ดร. ปัญญา อิศระวรวานิช	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
3. ดร. ถนอมพงษ์ พานิช	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
1. คุณ ณัฐฐานพิน นารินทร์ยาง	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัทฮาโมนีทัวร์(เกาะ พีพี)
2. คุณ กนกอร กะแหมเตย	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัทพีพีไอส์แลนด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ

สาวิณี สงสุข

วัน เดือน ปีเกิด

9 มกราคม 2527

สถานที่เกิด

85 หมู่ที่ 5 ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง

ประวัติการศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์

สาขาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว ปีการศึกษา 2553

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการทั่วไป ปีการศึกษา 2557

ที่อยู่ปัจจุบัน

363 หมู่บ้านลาซาลเพลส ถนนสุขุมวิท 105 ซอยลาซาล 24 เขตบางนา

แขวงบางนา กรุงเทพฯ

