

แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

จิรัชญา แก้วจั่น

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและ โลจิสติกส์

คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มีนาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ จิรัชญา แก้วจ้อน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์



.....ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.ไพโรจน์ เร้าชนชลกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

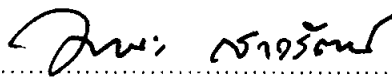
 

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณกร อินทร์พยุง)

.....กรรมการ
(ดร.ไพโรจน์ เร้าชนชลกุล)

คณะโลจิสติกส์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะ โลจิสติกส์
(ดร.มานะ เขวาร์ตัน)

วันที่ 16 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง โดยเฉพาะ คร.ไพโรจน์ เร้าชนชกุล อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำในเรื่องคัดเลือกเรื่องที่ศึกษา และติดตามความคืบหน้า ตลอดจนแนะนำแนวทางในการศึกษาที่ถูกต้องมาโดยตลอด รวมถึงให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้แล้วงานศึกษานี้จะไม่สำเร็จลงได้หากไม่ได้รับความร่วมมือและความช่วยเหลือจากบุคคลอีกหลายท่านที่มีส่วนช่วยให้การศึกษารั้งนี้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งในเรื่องการให้ข้อมูล ความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักทอ่งเทียวและผู้ที่อยู่อาศัยบนเกาะสีชังที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และให้สัมภาษณ์ พร้อมทั้งถึงให้คำแนะนำ เสนอแนะปัญหา งานงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งข้อมูลที่ได้จากทุกท่านนั้นมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่ทำให้การศึกษารั้งนี้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด นำมาซึ่งผลการศึกษาที่น่าเชื่อถือเพื่อนำมาใช้ประกอบการหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสีชังในโอกาสต่อไป

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งได้สนับสนุนเป็นกำลังใจและให้การช่วยเหลือทุกเรื่องอย่างดียิ่งตลอดมาทำให้การศึกษาในระดับปริญญาโทของข้าพเจ้าสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณครูและคณาจารย์ทุกท่านที่ได้สั่งสอนและให้ความรู้ รวมถึงผู้ที่ไม่ได้เอ่ยนามในที่นี้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมา ณ ที่นี้ด้วย

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่บุพการี บวรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและประสบความสำเร็จมาจนตราบนานเท่านานนี้ ทางผู้วิจัยหวังว่างานนิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้ในการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องในโอกาสต่อไป ความผิดพลาดใด ๆ ที่พั้งเกิดขึ้นจากเอกสารฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้

จิรัชญา แก้วจ้อน

51923391: สาขาวิชา: การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์: วท.ม.

(การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์)

คำสำคัญ: โลจิสติกส์การท่องเที่ยว/ เกาะสีชัง

จรรยา แก้วจ้อน: แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง โลจิสติกส์บนเกาะสีชัง (THE WAY TO IMPROVE TOURISM LOGISTICS ON “KOH SRICHANG”) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ไพโรจน์ เจริญชวลกุล, D. Eng 105 หน้า. ปี พ.ศ. 2553.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังโดยศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบจากการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ดำเนินการตามระเบียบวิธีการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับจากเกาะสีชังจำนวน 89 ราย แล้วจึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติ SPSS for Window อภิปรายผลและนำเสนอโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับการให้บริการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องราคาอาหารเช้าที่พักซึ่งแพงเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจเกี่ยวกับแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายเนื่องจากเห็นว่าเป็นประหยัดเวลาและสะดวกกว่า ปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้ง 10 ตัว มีระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันอยู่บ้าง แต่ทุกปัจจัยล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแพคเกจของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น

แนวทางในการปรับปรุงครั้งนี้คือรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ แต่ควรมีการพิจารณาเรื่องความสะดวกสบาย ราคา ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์ โปรแกรมทัวร์ ลักษณะที่พัก รวมถึงวันและเวลาในการเดินทางให้มาก ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อแพคเกจ และควรพิจารณาถึงการปรับปรุงคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ บนเกาะด้วย โดยเฉพาะในเรื่องราคาและการให้บริการ ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คือมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ คือการหากิจกรรมบนเกาะให้มากขึ้น เช่น สถานที่ออกกำลังกาย สวนสาธารณะ การปั่นจักรยานรอบเกาะสีชัง เป็นต้น

51923391: MAJOR: TRANSPORT AND LOGISTICS MANAGEMENT;
M.Sc. (TRANSPORT AND LOGISTICS MANAGEMENT)

KEYWORDS: TOURISM LOGISTICS/ KOH SRICHANG.

JIRATCHAYA KAEWCHON: THE WAY TO IMPROVE TOURISM LOGISTICS
ON KOH SRICHANG. ADVISOR: PAIROJ RAOTHANACHONKUN, D.Eng. 105 P. 2010.

The purpose of this study was to find the way to improve tourism logistics on Koh Srichang, to perceive the satisfaction of the tourists who used to travel to Koh Srichang. The study aims to know on how much the tourists are satisfied after travel, their tourism behavior, the problems they found and to study on the factors influencing their buying decision on the complete package tour. Sample group selected was Thai tourists who departed from Koh Srichang. Data was collected by distributing 89 sets of questionnaire, interpreted and analyzed by SPSS for Window, discussed and presented by using descriptive statistics.

The result showed that mostly tourists are moderately satisfied with the tourism services on Koh Srichang but commented that the price of rental car and accommodation are too expensive. Mostly tourists are interesting in complete package tour as they believe that it should be more economical and more convenient. The study revealed that all 10 studied factors vary in degree of influence, but all factors are found to influence on tourists' decision-making.

The way to improve from this study is new tourism format which is complete package tour, it's interesting choice but convenience, price of package tour, duration of stay, quality of accommodation, tour itinerary and the day of travel should be considered. In additional, the tourism service quality on Koh Srichang should also be improved especially the price and customer service level. Benefits which are expected to get from this study are more tourists and increasing of revenue in tourism business.

Suggestion is to create more activities on Koh Srichang such as place for exercise, public garden or bicycle riding around Koh Srichang.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 ความเป็นมา.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษาวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
สมมติฐานงานวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเรื่อง โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ.....	14
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	20
การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ.....	22
ผลของการประเมินหลังการซื้อ.....	22
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ.....	23
ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
แนวคิดว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว.....	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ข้อมูลทั่วไปของเกาะสีชัง	28
การเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะ	30
อัตราค่าบริการรถท่องเที่ยวบนเกาะ	36
สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจบนเกาะ	38
ปัญหาทั่วไปที่พบของการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง	48
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
บทสรุป	53
3 การสำรวจและจัดการข้อมูล	55
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	55
ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	56
เครื่องมือในการศึกษา	58
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล	60
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	61
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
ผลการศึกษา	64
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	64
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	67
ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาคำพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	73
ส่วนที่ 4 ผลการศึกษารื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย	
75	
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน	76
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
อภิปรายและสรุปผลการศึกษา	83
ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย	88
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป	89
บรรณานุกรม	91

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	94
ภาคผนวก ก แบบสอบถามนักท่องเที่ยว.....	95
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยบนเกาะ.....	101
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	105

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 แหล่งท่องเที่ยวที่นิยม 6 อันดับแรก ของประเทศไทย.....	1
2-1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 คำตอบ (7Os) เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค.....	16
2-2 ประเพณี-วัฒนธรรมที่น่าสนใจบนเกาะสีชังในช่วงเวลาต่าง ๆ ของปี.....	48
3-1 ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเกาะสีชัง ปี 2548-2552.....	57
3-2 สรุปยอดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังในช่วงเทศกาลปีใหม่.....	57
3-3 สรุปยอดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังในช่วงเทศกาลตรุษจีน	58
4-1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
4-2 สถานภาพ.....	64
4-3 ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	65
4-4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	65
4-5 รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	66
4-6 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
4-7 จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเกาะสีชัง.....	67
4-8 ระยะเวลาการมาเที่ยวในครั้งนี้.....	67
4-9 ผู้ร่วมเดินทาง.....	68
4-10 ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว.....	68
4-11 การเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง	69
4-12 การจองที่พักบนเกาะสีชัง	70
4-13 การหาข้อมูลที่พักบนเกาะสีชัง.....	71
4-14 ที่พักบนเกาะสีชัง.....	71
4-15 รูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	72
4-16 ความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง หากมีบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายรวมเรือไปกลับ ที่พัก และบริการพาเที่ยวรอบเกาะ	72
4-17 ความพึงพอใจต่อการเดินทางบนเกาะ.....	73
4-18 ความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเกาะ.....	73
4-19 ความพึงพอใจต่อที่พักบนเกาะ	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-20 ความต้องการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว.....	74
4-21 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย.....	75
4-22 ผลการทดสอบการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ.....	76
4-23 ผลการทดสอบรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ.....	77
4-24 ผลการทดสอบระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย.....	78
4-25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	81
4-26 สรุปความหมายของแต่ละปัจจัย.....	82

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2-1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	20
2-2 การอุปโภค หรือบริโภค.....	21
2-3 แบบจำลองการซื้อของผู้บริโภค.....	24
2-4 แผนภูมิแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว.....	28
2-5 แผนที่เกาะสีชังและสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะ.....	30
2-6 ทำเรือไปเกาะสีชังฝั่งศรีราชา (เกาะลอย).....	31
2-7 เรือโดยสารไปเกาะสีชัง 1.....	31
2-8 เรือโดยสารไปเกาะสีชัง 2.....	31
2-9 เรือโดยสารถึงเกาะสีชัง.....	32
2-10 ป้ายคำเตือนบนเรือโดยสาร.....	32
2-11 ภายในเรือโดยสาร.....	33
2-12 ภายในเรือโดยสารชั้นล่าง.....	33
2-13 เรือโดยสารชั้นบน.....	34
2-14 ที่วางเสื้อชูชีพบนเรือโดยสารชั้นบน.....	34
2-15 สะพานท่าเรือท่าวังศ์ (ท่าล่าง).....	35
2-16 ป้ายต้อนรับสู่เกาะสีชัง.....	35
2-17 ชุมชนเกาะสีชังบริเวณท่าเรือ.....	36
2-18 อัตราค่าบริการรถนำเที่ยวบนเกาะ ปี 2552.....	37
2-19 อัตราค่าบริการมอเตอร์ไซค์รับจ้างบนเกาะ ปี 2552.....	37
2-20 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง บริเวณท่าเรือ.....	38
2-21 จุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจบนเกาะสีชัง.....	38
2-22 สะพานท่าเทียบเรือพระจุฑาธุชราชฐาน (ท่าวัง).....	39
2-23 สะพานอัญมณี.....	40
2-24 ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่.....	42
2-25 ทางขึ้นศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่.....	42
2-26 พระเหลียง.....	43

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2-27	44
2-28	45
2-29	46
2-30	46
2-31	47
2-32	47
2-33	49
2-34	49
2-35	50
2-36	50
2-37	51
4-1	69
4-2	70

บทที่ 1

ความเป็นมา

ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษาวิจัย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายกระจายไปในแต่ละภูมิภาคทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของประเทศไทยดังจะเห็นได้จากรายงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าในแต่ละปีนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้มาสู่ประเทศเป็นจำนวนมากอีกทั้งนโยบายของรัฐบาลปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจที่เน้นการให้ความสนับสนุนและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวผ่านทางนโยบายและแผน การตลาดปี 2550-2554 โดยสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการสร้างความปลอดภัยแก่ผู้มาเยือนและการส่งเสริมนี้ก่อให้เกิดการสร้างและกระจายรายได้ในท้องถิ่นต่าง ๆ เกิดธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมากมายไม่ว่าจะเป็นบริษัทตัวแทนรับจัดการด้านการท่องเที่ยว ภัคนำเที่ยว ร้านอาหาร บริการขนส่งนักท่องเที่ยว และโรงแรม

ตารางที่ 1-1 แหล่งท่องเที่ยวที่นิยม 6 อันดับแรก ของประเทศไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552)

จังหวัด	รวม	อาเซียน	เอเชียอื่น ๆ	ยุโรป	อเมริกา	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลางและแอฟริกา
1. กรุงเทพมหานคร	70.42	17.38	53.04	16.28	6.69	3.86	2.75
2. พัทยา	79.98	12.11	67.87	10.27	5.59	2.58	1.58
3.ภูเก็ต	58.33	25.33	33.00	28.46	6.50	4.81	1.90
4. เชียงใหม่	40.75	7.68	33.07	36.05	13.47	7.60	2.13
5. หาดใหญ่	34.57	27.42	7.15	10.54	2.20	1.74	0.95
6. สุราษฎร์ธานี	29.40	5.55	23.85	45.66	12.30	8.15	4.49

แหล่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเป็นอันดับแรก คือ กรุงเทพมหานคร โดยมีนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเข้ามามากที่สุด ส่วนอันดับที่ 2 คือพัทยา จังหวัดชลบุรี เราจึงเห็นได้ว่าจังหวัดชลบุรีเป็นอีก

หนึ่งเป้าหมายของธุรกิจการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดนั้น ๆ เป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มรายได้ทางด้านการท่องเที่ยว

เกาะสีชังเป็นเกาะขนาดใหญ่ในอ่าวไทยตอนในที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอีกแห่งหนึ่งในพื้นที่ของจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีบรรยากาศที่น่าท่องเที่ยวแบบท้องถิ่นเพื่อมาสัมผัสบรรยากาศและวิถีชาวบ้านท้องถิ่นที่ทำอาชีพการประมง ชมวิถีชีวิตของชาวเกาะ ที่นี้นักท่องเที่ยวสามารถแวะท่องเที่ยวในวันเดียวแบบไป-กลับ หรือพักค้างคืนก็ได้ **เกาะสีชัง** จึงเป็นสถานตากอากาศที่มีชื่อเสียงมานานนับร้อยปีจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีธรรมชาติความงดงามแตกต่างไปจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยมีบรรยากาศที่สงบเงียบ อากาศบริสุทธิ์ และยังเป็นเกาะที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่งมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ให้ศึกษาเที่ยวชมอีกด้วย

เกาะสีชังมีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ (การเดินทางโดยรถยนต์ใช้เวลาเพียงประมาณ 2 ชั่วโมงเท่านั้น) ด้วยการเดินทางที่สะดวกและมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนักทำให้ในปัจจุบันเกาะสีชังได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวอยากจะมาเยือน ทำให้เกิดการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะเป็นอย่างมากจะเห็นจากการที่มีที่พักแบบห้องพักรับและรีสอร์ทเกิดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อมีการลงพื้นที่สำรวจพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะกลับไม่ได้เอื้ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเส้นทางบนเกาะที่แคบเพียง 1 เมตรเศษ ๆ จึงทำให้บนเกาะนี้ไม่มีรถยนต์วิ่งให้เห็นมากนัก นอกจากนี้ก็มีไว้คอยให้บริการนักท่องเที่ยวทาง ด้านเส้นทางท่องเที่ยวบนเกาะพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ห่างกันพอสมควรทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางบนเกาะได้ไม่สะดวกหากไม่รู้เส้นทางรวมถึงเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวเกาะสีชังได้รับการร้องเรียนอยู่บ่อยครั้งเกี่ยวกับการให้บริการของรถรับจ้างบนเกาะรวมไปถึงการเดินทางหาที่พักค้างแรมที่อาจลำบากหากไม่ได้มีจองที่พักไว้ล่วงหน้าก่อนการเดินทาง

จากปัญหาดังกล่าวนำไปสู่แนวคิดในการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวบนเกาะสีชังขึ้นตามหลัก การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics & Supply Chain) ซึ่งเป็นหลักการบริหารจัดการแบบประสานความร่วมมือกันระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ในโซ่อุปทานของธุรกิจซึ่งในที่นี้คือธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำอันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการ มองว่าการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวนั้นต้องมองให้ลึกและครอบคลุมในทุก ๆ องค์ประกอบย่อยโดยมองว่าแต่ละองค์ประกอบมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

กระบวนการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานธุรกิจการท่องเที่ยวเริ่มต้นด้วยการวางแผนอุปสงค์ ซึ่งอาศัยข้อมูลในด้านต่าง ๆ โดยต้องรู้ว่าก่อนลูกค้าเป็นใครบ้าง มีจำนวนประมาณเท่าไร

เวลา สถานที่ และความต้องการของลูกค้า เป็นต้นเพื่อสามารถกำหนดกรอบในการวางแผนการผลิต และดำเนินกิจกรรมของธุรกิจด้านอื่น ๆ บนโซ่อุปทาน เช่น ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจาย และการออกแบบการบริการ ไปจนถึงการจัดหาวัตถุดิบเพื่อการบริการมานำเสนอว่าต้องมีการจัดการเพื่อปรับปรุงในด้านโลจิสติกส์ท่องเที่ยวอย่างไร มุ่งทำไปเพื่อใคร ผ่านการวิเคราะห์ผลิตรวมจนถึงการกระจายข้อมูลข่าวสาร

งานวิจัยนี้มีความสนใจที่จะศึกษาใน 2 เรื่องด้วยกัน คือ ศึกษาถึงความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากเส้นทางมาท่องเที่ยวบนเกาะสีชังในแง่ของการบริการด้านการท่องเที่ยวบนเกาะ ทั้งในด้านสถานที่ท่องเที่ยว การหาข้อมูลการท่องเที่ยว เส้นทาง การท่องเที่ยวและบริการของรถนำเที่ยวบนเกาะ รวมถึงความสะดวกสบายของที่พักราคาเพื่อนำมาสรุปผลเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนา หากต้องการเพิ่มความสะดวกสบายและเพิ่มความพึงพอใจในการบริการให้กับนักท่องเที่ยวควรจะเริ่มการปรับปรุงที่จุดไหนก่อน

อีกเรื่องหนึ่งคือการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งคือนักท่องเที่ยวด้านการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายซึ่งเกิดจากแนวคิดในการปรับปรุงโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การไหลของนักท่องเที่ยวที่ดีและรวดเร็วขึ้น (Physical Flow) รวมถึงการใช้กลยุทธ์ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมบนโซ่อุปทานการท่องเที่ยวบนเกาะมาประยุกต์ใช้ ตามกรอบแนวคิดของ โลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวออกมาในรูปแบบการทำแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่จะช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ช่วยลดขั้นตอนในการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทำให้ได้รับความสะดวกสบายมากขึ้นเนื่อง จากโปรแกรมการท่องเที่ยวพักผ่อนที่ลงตัวได้ที่พักที่ดีผ่านการคัดสรรมาแล้ว และนักท่องเที่ยวเองได้รับการดูแลอย่างดีจากบริษัทที่มีประสิทธิภาพโดยตรง แตกต่างจากเดิมที่นักท่องเที่ยวต้องวางแผนการเดินทางเอง ซึ่งมีขั้นตอนมากกว่าและนักท่องเที่ยวอาจจะไม่รู้จักเส้นทางในสถานที่ที่จะไป อีกทั้งยังลดขั้นตอนในเรื่องการหาที่พัก ยานพาหนะและลดเวลา ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวมีอำนาจการต่อรองมากกว่าเพราะเป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มสามารถลดต้นทุนได้มากกว่าการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Travel) แต่อย่างไรก็ตามสินค้าแต่ละชนิดย่อมต้องมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวในฐานะเป็นผู้ บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างมากที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในที่สุด อีกทั้งมองในมุมของการทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นน่าจะเป็นกุญแจสำคัญที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจและอาจจะช่วยนำ มากำหนดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวที่ดีในอนาคต

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง โดยอาศัยแนวคิดกลยุทธ์ด้านความร่วมมือของสมาชิกบนโซ่อุปทานเชิงบูรณาการด้านโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพและการบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเคยที่มาเยือนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงสภาพธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ตามประเด็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะ
2. ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ณ ปัจจุบัน
3. ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลที่ได้จะทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้นและมีประโยชน์กับธุรกิจนำเที่ยวเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุด
4. ทราบทัศนคติของผู้ที่อาศัยในพื้นที่ที่มีต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง
5. สามารถวางแผนปรับปรุงการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังได้อย่างเหมาะสมนำไปสู่แผนการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังในเชิงโลจิสติกส์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวมากขึ้นได้ในโอกาสต่อไป

สมมติฐานงานวิจัย

1. การศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ
2. ระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้มีการศึกษาทั้งหมด 3 ส่วนด้วยกัน ดังได้กล่าวถึงไว้ในวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตของการศึกษาแต่ละส่วนไว้ดังนี้

1. การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง
 - a. ประชากรที่ทำการศึกษา คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังเกาะสีชังในปี 2552 โดยเฉลี่ยมีนักท่องเที่ยวมายังเกาะสีชัง เฉลี่ย วันละ 1500 คน ในช่วงเทศกาล และ 400-600 คนในวันปกติ
 - b. กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวเฉพาะชาวไทยที่เดินทางมาเกาะสีชัง จำนวน 70 คน

- c. ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล เดือนพฤศจิกายน 2552
- d. พื้นที่ในการศึกษาคือ เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- e. ตัวแปรที่ศึกษา
- f. ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- g. ตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ทั้งในเรื่องของสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การเดินทางและเส้นทางท่องเที่ยวบนเกาะ

2. การศึกษาสภาพธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง เชิงแนวทางการพัฒนาด้านโลจิสติกส์

a. ขอบเขตด้านข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือข้อมูลเอกสาร เช่น งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ข้อมูลจากเทศบาลตำบลเกาะสีชัง เป็นต้น และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชาวบ้านที่อยู่อาศัยบนเกาะและนักท่องเที่ยว

b. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหางานวิจัยนี้ ถึงการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังเท่านั้น ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว บริการด้านที่พัก โรงแรม และด้านการเดินทางบนเกาะ

c. การศึกษาถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อการเลือกซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย โดยการแจกแบบสอบถาม ไปพร้อมกับการศึกษาส่วนแรกจากกลุ่มประชากรตัวอย่างเดียวกัน

ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. ในกรณีศึกษาเป็นการศึกษาในระยะเวลาจำกัดคือช่วงเดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน 2552 เฉพาะกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสีชังในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2552 เท่านั้น
2. เนื่องจากเป็นการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยว อาจจะมีบางส่วนที่ได้รับคำตอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึงการบูรณาการของกระบวนการทางธุรกิจ ที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคขั้นสุดท้ายผ่านไปจนกระทั่งผู้จัดจำหน่ายขั้นแรกสุดที่

ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการ และสารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค (กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ, 2547)

2. การจัดการ โลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึงกระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บสินค้า บริการ และสารสนเทศจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (โกศล ดีศีลธรรม, 2548)

3. การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้

4. โลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Tourism Logistics) หมายถึงการจัดการประสานงาน ระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) เพื่อให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทางไปสู่ปลายทาง โดยไม่มีข้อผิดพลาดและยังทำให้ได้รับความพอใจสูงสุด (กมลสัน สุริยะ, 2552)

5. การจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics Management) หมายถึงการจัดการให้สะดวกทันเวลา สะดวกสบาย และปลอดภัย ตรงตามความต้องการของแต่ละตลาด ความรวดเร็ว อาจไม่ใช่ความต้องการของทุกตลาด แต่การตรงต่อเวลาและทันเวลาเป็นความต้องการของคน (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2552)

6. การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมด้านการผลิตสินค้าและบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ (สุกเดช ชัยวัฒน์, 2551)

7. นักท่องเที่ยว หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว ไม่ใช่คนในท้องถิ่นหรือภูมิลำเนาในถิ่นนั้น

8. บริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายหมายถึงรายการต่าง ๆ ที่บริษัทจัดนำเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวโดยคิดราคาแบบเหมาจ่ายเบ็ดเสร็จ (รวมค่าบริการต่าง ๆ ทั้ง ค่าเรือไป-กลับ, ค่าที่พัก, ค่ารถนำเที่ยวรอบเกาะ)

9. ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการ ได้รับการตอบสนอง ตามที่ตนต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้นตรงกันข้ามหากความต้องการ ไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

10. อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ราคาสี ราคาสีต่าง ๆ ในระยะเวลาหนึ่ง ระยะเวลาใด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอโดยแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎี เพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่อง โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว
2. กรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ. 2550 – 2554
3. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค
7. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
8. การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ
9. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ
10. ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
11. แนวคิดว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
12. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี สภาพทั่วไป การเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
13. ปัญหาทั่วไปที่พบของการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่อง โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) คล้ายคลึงกับเรื่องการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Transport) แต่มีขอบเขตการครอบคลุมที่กว้างกว่าโดยเรื่องการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของเท่านั้น แต่โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวครอบคลุมทั้งสามเรื่องใหญ่ (คมสัน สุริยะ, 2552) คือ

ก. การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น

ข. การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวที่ละเอียด ชัดเจน ไม่ว่าจะป็น ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

ค. การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ การวิเคราะห์แบ่งออกเป็นสามขั้นตอน คือ หนึ่ง ขั้นตอนการเดินทางเข้าสู่ที่ท่องเที่ยว สอง ขั้นตอนอยู่ในที่ท่องเที่ยว และสาม ขั้นตอนการเดินทางออกจากที่ท่องเที่ยว

โลจิสติกส์ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ประสานกิจกรรมการขนส่งที่มีอยู่หลาย ๆ ช่วงเข้าด้วยกัน และยังเป็นการจัดการ ณ จุดที่ไม่มีภาระขนส่งอีกด้วย สรุปได้ว่าโลจิสติกส์ท่องเที่ยวคือการจัดการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) เพื่อให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทางไปสู่ปลายทางโดยไม่มีข้อผิดพลาดและยังทำให้ได้รับความพอใจสูงสุดปราศจากข้อผิดพลาดแม้แต่น้อย ยกตัวอย่างเช่น การพานักท่องเที่ยวจากต้นทางไปยังเกาะแห่งหนึ่ง ผู้จัดการ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวจะต้องประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เช่น รถบัส เรือและที่พัก โดยให้รถบัสมารับนักท่องเที่ยวที่จุดนัดพบตรงตามเวลาที่นัดหมาย บนรถมีไกด์คอยพูดชวนให้นักท่องเที่ยวมีความสนุกสนานเกิดความเพลิดเพลิน จากนั้นพาไปลงเรือในเรือก็มีการเล่นเกมส์ ระหว่างนั้นก็ติดต่อกับทางที่พักว่านักท่องเที่ยวมาแล้วให้เตรียมตัวต้อนรับได้ เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงเกาะก็มีเจ้าหน้าที่มาให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเข้าพักก็มีอาหารเครื่องดื่มบริการ ผู้ที่ทำหน้าที่จัดการด้านโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต้องคือนักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางได้สะดวกทุกขั้นตอนใหม่ มีการหลงทางใหม่ มองถึงเรื่องการเชื่อมต่อของยานพาหนะส่วนไหนที่ยังไม่ดีจะปรับปรุงอย่างไรให้ดีขึ้นโดยมีเป้าหมายหลักคือทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดีและเกิดความประทับใจระหว่างการเดินทางให้มีความรู้สึกผ่อนคลาย สนุกและปลอดภัย นอกจากนั้นการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ควรทำให้ดีจนทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจกลับไปและอยากที่จะกลับมาเที่ยวอีก

ในขณะที่การจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเป็นมากกว่านั้น คือในแต่ละกิจกรรมมีเบื้องหลังอยู่อีกมาก เช่น กิจกรรมรถบัสมีกิจกรรมย่อยคือ การจัดซื้อรถ การจัดซื้อน้ำมัน การจัดและอบรมพนักงานขับรถ การบำรุงรักษารถ การเสียภาษีรถ ส่วนกิจกรรมที่พักก็มีกิจกรรมย่อยต่าง ๆ เช่น การเตรียมอาหาร การซักรีด การเสียภาษี การบำบัดน้ำเสีย การจ้างและอบรมพนักงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นหน้าที่ของการจัดการโซ่อุปทานไม่ได้เป็นหน้าที่ของโลจิสติกส์ท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากการจัดการโลจิสติกส์ของสินค้า เพราะเราต้องจัดการขนส่งคนจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นงานที่ละเอียดอ่อนกว่าการส่งสินค้า

มาก เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนก็มีเป้าหมายในการเดินทางไม่เหมือนกัน บางคู่ที่มาดื่มน้ำผึ้ง พระจันทร์คงไม่เร่งรีบแต่ต้องการความสะดวกสบาย ส่วนพวกที่มาทัวร์ผจญภัยไปออฟโรดไม่ต้องการความสะดวกสบายเพราะต้องการความสนุกสมบันมากกว่า แต่ปัญหาของการจัดการ โลจิสติกส์ระหว่างการเดินทางของกลุ่มหลังนี้จะอยู่ที่ว่าหากนักท่องเที่ยวเหล่านี้ประสบอุบัติเหตุในที่คับขัน จะเอาตัวนักท่องเที่ยวออกมารักษาพยาบาลอย่างรวดเร็วทันเวลาและโดยวิธีการที่ปลอดภัยได้อย่างไร สำหรับนักท่องเที่ยวประเภทที่เข้ามาประชุม ชมนิทรรศการ ความสะดวก รวดเร็วและความปลอดภัยต้องมาก่อนเพราะสำหรับคนกลุ่มนี้เวลามีค่าจึงต้องการระบบขนส่งที่ รวดเร็วสะดวก สบาย (ขนส่งที่ติดแอร์ได้ยิ่งดี) เชื่อมระหว่างที่พักกับห้องประชุมเพราะอากาศร้อน

ดังนั้นการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวก็คือการจัดการให้สะดวกทันเวลา สะดวกสบาย และปลอดภัย ตรงตามความต้องการของแต่ละตลาด ความรวดเร็วอาจไม่ใช่ความต้องการของทุกตลาดแต่การตรงต่อเวลาและทันเวลา เป็นความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การจัดการระบบ โลจิสติกส์จะคิดแบบแยกส่วน ไม่ได้ ดังนั้นการจัดการ โลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์แบบ ต้องให้ความสนใจกับการจัดการการไหลเวียนของนักท่องเที่ยว การไหลเวียนของ ข้อมูลการท่องเที่ยว และการจัดการการไหลเวียนของกระแสเงินไปพร้อม ๆ กันด้วย

ทางหนึ่งซึ่งผู้จัดทำคิดว่าจะช่วยโลจิสติกส์ท่องเที่ยวบนเกาะสีชังดีขึ้น นั่นคือการ อาศัยกลยุทธ์ความร่วมมือของทุกส่วนที่เกี่ยวข้องใน โซลูชันการท่องเที่ยวบนเกาะ เช่น เรือโดยสาร ผู้ประกอบการที่พักบนเกาะ และผู้ประกอบการรถเช่าบนเกาะ โดยร่วมกันทำเป็น แพคเกจการท่องเที่ยวขึ้นมา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก่อนการตัดสินใจทำควรมีการสำรวจตลาดเพื่อดูความ พึงพอใจของลูกค้าหรือทิศทางความเป็นไปได้เสียก่อน

กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 – 2554 (ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุก ภูมิภาคของไทยและเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่ม รายได้ให้กับประเทศ
2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐาน ตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่มภายใต้การสร้างเสริมความเข้มแข็ง ของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง
3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงาน ระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการ เรียนรู้และการสร้าง สรรค์ประ โยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่

การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำกรตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้อัตลักษณ์แห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชาติ ซึ่งทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมดังจะเห็นได้ว่าการบรรจุไว้ในแผนแม่บทของการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติอีกด้วย มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้น่าสนใจทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศเองและจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ได้รับความนิยมยกตัวอย่าง เช่น

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

1.1 การท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

ที่มีเอกลักษณ์และในแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น นั้น ๆ มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการบำรุงรักษาซึ่งระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) คือการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลเช่นการเดินชมป่าชายเลน การดำน้ำดูปะการัง

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา หรือศิลาสัญจร (Litho Travel) หมายถึงการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ถ้ำ อุโมงค์ หินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ ศึกษารวมชาติ ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Ago tourism) คือการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่การเกษตรสวนเกษตรสวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความงาม ความสำเร็จได้ความเพลิดเพลินและความรู้ ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมนั้น

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับสถานที่ท่องเที่ยวและยังได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์

2.2 การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural & Traditional Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อศึกษาความเชื่อ ขอมรับนับถือพิธีกรรมต่าง ๆ และเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มบนพื้นฐานของความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ศึกษางานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาของชาวบ้าน เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกาย และใจ ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณภาพชีวิตที่ดีโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว บางแห่งอาจจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวสุขภาพและความงาม

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น เพิ่มคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น บางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเช่นการทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย หรืองานศิลปะหัตถกรรมไทย เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาของกลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน ชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่นหมู่บ้านชาวเขา ชาวกะเหรี่ยง ชาวจีนฮ่อ หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย ฯลฯ เพื่อให้มีประสบการณ์หรือความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น โดยมีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจในประเภทกีฬา เช่นดำน้ำ ตกปลา กระดานโต้คลื่น กอล์ฟ ฯลฯ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้นและได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อเพิ่มคุณค่าและมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้นผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัยและได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ (Homestay & Farmstay) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึงกลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้านั้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้ เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว เป็นการจรรายการพักผ่อนตั้งแต่ 2-7 วันเป็นรายการนำเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

ปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นไปในเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การเยี่ยมชมวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมความเป็นอยู่ของชุมชนต่าง ๆ หรือการท่องเที่ยวแบบกึ่งท่องเที่ยวกึ่งดูแลสุขภาพ, การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะกิจกรรมต่าง ๆ ที่พัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นเป็นแนวคิดสมัยใหม่รวมเอาการดูแลสุขภาพเข้ามาประสานกันเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ในการท่องเที่ยว การนำเอาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมาจัดรูปแบบการท่องเที่ยว เข้าหลักการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท หลายรูปแบบ และยังสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายเช่นการท่องเที่ยวเดินชมป่า และศึกษาพันธุ์ไม้ สมนไพร การดูนก ดูแมลง การปีนเขา การพายเรือแคนู การล่องแก่ง ล่องเรือยาง การถ่ายภาพ การทำอาหาร การนวดแผนไทย การเรียนและฝึกสมาธิ กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้สามารถเลือกมาประยุกต์จัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้น่าสนใจยิ่งขึ้นได้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพงานบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคพบว่านักวิชาการทางการตลาดจำนวนมาก มีความคิดเห็นว่าผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการในรูปแบบของทัศนคติโดยเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังไว้ (Expected Service) กับบริการตามที่ได้รับรู้ (Perceived Service) ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงใด

ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2548) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างมากต่อธุรกิจในอนาคตของลูกค้านับปัจจุบันกล่าวคือคุณภาพการบริการเกิดจากสิ่งที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบการบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้า

มีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการเราตลอดไป (Customer Loyalty)

กล่าวโดยสรุปคือคุณภาพการบริการสามารถประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างการบริการที่ลูกค้าคาดหวังเทียบกับการบริการที่ได้รับจริง หากว่าการบริการที่ได้รับนั้นเป็นไปตามหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ แสดงว่าทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและประเมินได้ว่าบริการนั้นเป็นบริการที่มีคุณภาพได้ แต่หากการบริการนั้น ต่ำกว่าความคาดหวังย่อมแสดงว่าผู้บริโภคไม่ได้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ประเมินได้ว่าบริการนั้นยังไม่มีคุณภาพ หรือยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดหวังว่าจะสนองความต้องการของตน (Schiffman & Kanuk, 2004)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการวิจัยหรือค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของ เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้จะช่วยทำให้สามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Where? Why? Who? When? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 คำตอบ หรือ 7 Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets and Operations จากตาราง 2-1 แสดงคำถาม 7 คำถาม เพื่อค้นหา 7 คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คำถามเหล่านี้สามารถนำไปประยุกต์ในการวิจัยทางการตลาด ตลอดจนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537)

ตารางที่ 2-1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 คำตอบ (7Os) เกี่ยวกับพฤติกรรม
ผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ 7 คำตอบ (7Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) หรือคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการ ทางด้านร่างกาย และด้านจิตใจซึ่งได้รับอิทธิพล จากปัจจัย ภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัย เฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buy?)	- องค์กร (Organizations) บทบาทของบุคคลที่ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	- โอกาสในการซื้อ (Occations)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่ง (Outlets) หรือช่องทาง (Channel) ที่ ผู้บริโภคไปซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (When does the consumer buy?)	- ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations or Buyers Process) ซึ่งประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ (2) การค้นหาหรือความต้องการ (3) การประเมินผลพฤติกรรม (4) การตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจ
ซื้อ โดยเมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นด้านการตลาดและสิ่งกระตุ้นด้านอื่น ๆ ทำให้เกิดความต้องการ

ส่วนบุคคลเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งทางผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่อาจคาดคะเนได้เพราะ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ตามลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อจนมีการหาทางตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยมองจากสิ่งต่อไปนี้

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เช่นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด
2. สิ่งกระตุ้นอื่น เช่นเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม
3. ลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคลและจิตวิทยา
4. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ
5. การตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

การวิจัยครั้งนี้เป็นการประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคซึ่งในที่นี้คือนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแสดงว่ามีการบริหารจัดการที่ดี แต่ในทางกลับกันหากนักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจแสดงว่ามีประสิทธิภาพการจัดการต่ำ

ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล เกิดจากมนุษย์มีแรงผลักดันบางประการภายในตัวจากการพยายามที่จะบรรลุถึงเป้าหมายในงานบางอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือความคาดหวังที่ตนมีอยู่ และเมื่อบรรลุถึงเป้าหมายแล้วจะเกิดความพึงพอใจ

วอลส์แมน (Wolman, 1973) กล่าวว่าความพึงพอใจคือความรู้สึกที่มีสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือแรงจูงใจ

ดังนั้น ความพึงพอใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งจึงถูกกำหนดโดยความรู้สึกของแต่ละบุคคล เมื่อได้พิจารณาระหว่างสิ่งที่คาดว่าจะได้รับกับสิ่งที่ได้รับจริง หากสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าสิ่งที่คาดว่าจะได้รับ ความพึงพอใจย่อมเกิดขึ้น ตัวชี้วัดความพึงพอใจของผู้บริโภคคือผลที่โครงการต้องการให้บรรลุสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในเชิงการตอบสนองของผู้บริโภค

โคลเตอร์ (Kolter, 2003 อ้างถึงใน บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล, 2548) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับหลังจากที่ลูกค้าได้ซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ นั้นได้แล้ว ซึ่งลูกค้าจะเปรียบเทียบการรับรู้ที่ได้รับกับความคาดหวังที่ลูกค้ามีก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือ

บริการ ถ้าผลที่ได้รับหลังการซื้อตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าการบริการสูงกว่าระดับที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากและกลายมาเป็นความประทับใจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง แต่ถ้าผลที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจและไม่อยากกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นผู้ประกอบการที่สามารถนำเสนอคุณค่าสูงสุดที่ลูกค้าสามารถรับรู้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า และก่อให้เกิดกระบวนการซื้อซ้ำของลูกค้า

มิลเลอร์ (Miller, 1954, p. 397 อ้างถึงใน ภูริทัต เจริญมี, 2551) กล่าวว่าเป้าหมายหลักสำคัญของการบริการคือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทางดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐ โดยมีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกันดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชน จะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ให้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
 2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึงในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้กับประชาชน
 3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะจะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Right Geographical Location) มิลเลอร์ เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการ สร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ
 4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดให้บริการเมื่อไหร่ก็ได้
 5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม
- การประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ และเหตุผลที่ต้องมีการประเมินเพื่อที่เราจะสามารถทราบถึงความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพ เพื่อนำไปปรับปรุงสินค้าหรือการบริการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

เหตุผลพื้นฐานที่ต้องมีการประเมินคุณภาพ แบ่งออกเป็น 7 ประการ ได้แก่

I. เพื่อที่จะมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค (To Learn about Consumer Perceptions) เพราะผู้บริโภคแต่ละคนแตกต่างกัน จึงมีการรับรู้ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ต่างกันแม้ว่าจะอยู่ในสถานการณ์เดียวกันก็ตาม ดังนั้นการประเมินคุณภาพหรือความพึงพอใจ ควรประเมินจากการรับรู้ของแต่ละคนจะได้ผลที่สุด

II. เพื่อสรุปให้ได้ว่าจะอะไรคือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ จำเป็น เรียกร้อง และคาดหวัง (To Determine Consumer Needs, Wants, Requirement and Expectations) ไม่ใช่เพียงแค่ว่าผู้บริโภครู้สึกอย่างไรกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับไป แต่ต้องสรุปให้ได้ว่าจะอะไรคือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากเรา นั่นคือการศึกษาค้นคว้าความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อที่จะทราบถึงความคาดหวังที่ผู้บริโภคต้องการได้รับ รวมถึงทราบถึงเหตุผลของความต่อนั้น ๆ ด้วย

III. เพื่อที่จะลดช่องว่าง (To Close The Gaps) มีช่องว่างมากมายเกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภครับกับผู้ให้บริการ การที่มีการประเมินความพึงพอใจนี้ถือเป็นวิธีการหนึ่งในการปิดช่องว่างนั้นลง หลายช่องว่างเกิดจากความแตกต่างในการรับรู้ระหว่างสิ่งที่ธุรกิจเชื่อว่าส่งมอบให้กับผู้บริโภค กับสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้ที่ได้รับจริง ๆ การศึกษานี้จะนำไปสู่การทราบถึงสาเหตุการเกิดของช่องว่างต่าง ๆ และนำมาปรับปรุงคุณภาพเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

IV. เพื่อตรวจสอบว่าจะอะไรคือสิ่งที่คาดหวังเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้บริโภค (To Inspect What You Expect in Order to Improve Service Quality and Consumer Satisfaction) การที่จะตรวจสอบให้ได้นั้น จะต้องมีการกำหนดมาตรฐานของการบริการให้กับธุรกิจ โดยมีพื้นฐานอยู่ที่ความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคและต้องมีการสื่อสารให้ทั้งในองค์กรเองและผู้บริโภคทราบถึงมาตรฐานนั้น จากนั้นทำการประเมินผลเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดกับการกระทำที่เกิดขึ้นจริง

V. การเพิ่มคุณภาพนำไปสู่การเพิ่มกำไร (Because Improved Performance Leads to Increase Profits) ไม่มีการยืนยันว่าเสมอไปหรือไม่ แต่ธุรกิจต่าง ๆ เชื่อว่าถ้ามีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจสูงสุดขึ้นตามมาทำให้คนยอมเสียเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้บริการที่ดี ดังนั้นถ้ามีการเพิ่มคุณภาพการบริการ จะนำไปสู่การมีผลกำไรเพิ่มขึ้นนั่นเอง

VI. เพื่อที่จะเรียนรู้ว่าเรากำลังทำอะไรอยู่และกำลังจะก้าวไปในทางใด (To Learn How You are Doing and Where You Go From Here) เหตุผลในข้อนี้อาจถือว่าเป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด เพราะการที่เราจำเป็นต้องทราบว่าอะไรคือช่องว่างระหว่างผู้บริโภครับกับผู้ให้บริการ และหาทางปิดช่องว่างเหล่านั้น รวมถึงจำเป็นต้องทราบว่าอะไรคือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการและคาดหวังหรือทำ

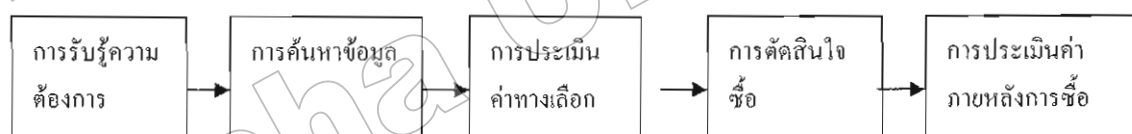
อย่างไรให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจได้นั้น คือการที่รวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อนำไปเป็นแนวทางว่าในอนาคต จะต้องทำอะไร ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

VII. เพื่อประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (To Apply the Process of Continuous Improvement) ธุรกิจควรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพราะถ้าไม่มีการปรับปรุงเลขผู้บริโภคอาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการของกลุ่มแข่งได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการประเมินคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคประกอบด้วยปัจจัยหลัก ๆ 2 ประการ คือ ความคาดหวัง (Expectation) และ การรับรู้ (Perception) ของผู้บริโภคที่มีต่อบริการนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537) ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ นั้น จะประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอนดังภาพ 2-1



ภาพที่ 2-1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537)

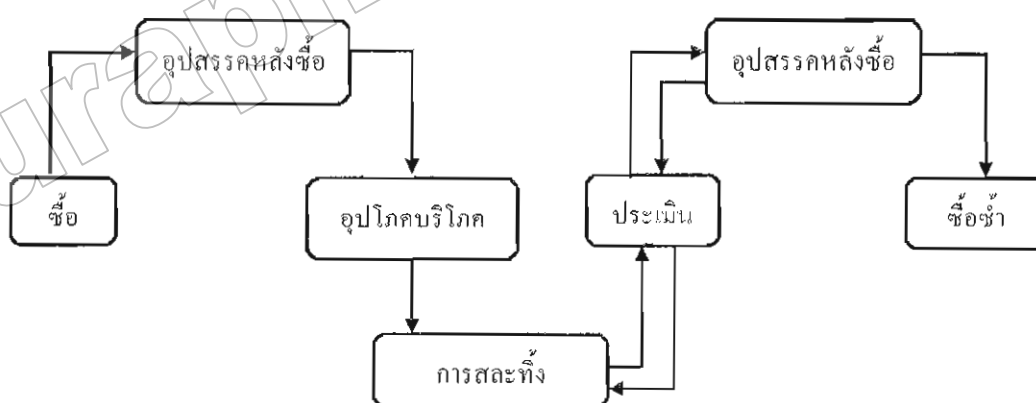
1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกๆ ที่ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีปัญหาอะไรและมีความต้องการอย่างไรต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในบางครั้งตัวผู้บริโภคเองอาจจะมีปัญหาและความต้องการ
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการของตนเองที่มีต่อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ แล้วจะทำการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่ตนสนใจเพื่อรวบรวมประกอบการตัดสินใจซื้อซึ่งแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภครู้จักมีดังนี้
 - a. แหล่งบุคคล (Personal Source) เป็นการค้นหาข้อมูลจากบุคคลอื่นเช่น ญาติ เพื่อน หรือคนในครอบครัว เป็นต้น
 - b. แหล่งการค้า (Commercial Source) เป็นการค้นหาข้อมูลจากสิ่งๆ ที่ผู้ประกอบการทำขึ้น เช่น ตัวแทนขาย หรือโฆษณาต่าง ๆ

c. แหล่งสาธารณะ (Public Source) เป็นการค้นหาข้อมูลจากการตรวจสอบ หรือ สัมผัสเกี่ยวข้องกับวิธีอื่น ๆ จากที่ต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน องค์กรเกี่ยวกับผู้บริโภค เป็นต้น

3. การประเมินค่าทางเลือก (Evaluation of Alternative) ในขั้นนี้หลังจากที่ได้ค้นหา ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ แล้วผู้บริโภคจะกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมาด้วยตนเองเพื่อทำการ เปรียบเทียบทางเลือก และใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยเกณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ขั้นตอนนี้จะเกิดภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ ประเมินทางเลือกต่าง ๆ ออกมาจนเป็นที่พอใจแล้ว

5. การประเมินค่าภายหลังการซื้อ (Post Purchase Evaluation) ภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ไปแล้ว ผู้บริโภคจะทำการประเมินผลของสินค้าหรือบริการที่ ได้รับว่าสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ตามที่คาดหวังไว้เพียงใด หากตอบสนองความ ต้องการได้มาก ก็จะสร้างความพึงพอใจได้มาก ทำให้เกิดความประทับใจและมีโอกาสที่จะกลับมา ใช้บริการใหม่ แต่ถ้าไม่พึงพอใจก็จะทำให้ไม่กลับมาใช้บริการอีกเลย การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น ส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจแบบเป็นนิสัย หรือจำกัดเขต (Habitual or Limited Decision Making) ดังนั้นจึงทำให้เกิดอุปสรรคน้อยมากหรือไม่มีเลย ผู้ซื้อ สามารถบริโภคผลิตภัณฑ์โดยไม่มี ความกังวล สิ่งที่ต้องพิจารณาจากนั้นคืออุปสรรคหลังการซื้อ ดัง ภาพ



ภาพที่ 2-2 การอุปโภค หรือบริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537)

การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-Purchase Alternative Evaluation)

เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการตัดสินใจที่สินค้านั้นและใช้งานเรามากจะไม่สนใจขั้นตอนนี้ เหตุผลเพราะการตัดสินใจของผู้บริโภคจบลงที่การบริโภคความจริงแล้วขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการซื้อที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากมีผลเกี่ยวข้องไปถึงการซื้อซ้ำ หรือการซื้อครั้งต่อไป อาจกล่าวได้ว่าทุกขั้นตอนของกระบวนการซื้อที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน

ผลของการประเมินหลังการซื้อ

ผู้บริโภคจะมีปฏิกริยาในระหว่างที่มีการประเมินหลังการซื้อมากกว่าในระหว่างการประเมินก่อนการซื้อไม่ว่าผู้บริโภคจะใช้วิธีใดเพื่อสร้างความสมดุลก็ตาม ผลที่ออกมาจะเป็นพอใจไม่พอใจ เลิกใช้สินค้า ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเกิดความพอใจ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นผลที่คาดว่าจะได้รับการซื้อ ถ้ามีการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ “ครั้งเดียวพอ” ก็จะไม่มีการใช้สินค้านั้นอีก เช่นเดียวกัน ไม่มีปฏิกริยาใด ๆ เกิดขึ้นในอนาคต ในกรณีนี้สถานการณ์ที่สินค้าจะใช้ซ้ำอีกมีอยู่หลายสถานการณ์ แต่ก็จะมีการประเมินซ้ำอีกเมื่อมีการซื้อแต่ละครั้ง

สถานการณ์แรกนั้นเกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ในกรณีนี้ผู้บริโภคต้องการความแน่ใจว่าสินค้าดีกว่าแต่ละครั้งที่เคยซื้อมา สถานการณ์ต่อมา สินค้าไม่เปลี่ยนแปลงแต่มีการซื้อจนเป็นนิสัย กรณีนี้ไม่ต้องมีการประเมินซ้ำอีก เพราะมีความพอใจติดต่อกันจนผู้บริโภคแน่ใจว่าสินค้าที่เคยซื้อยังคงทำความพอใจให้ตนได้เหมือนเดิม แม้ว่าสินค้าเหล่านี้จะทำความพอใจให้กับผู้บริโภคแต่ควรประเมินการตัดสินใจอีกเมื่อเวลาผ่านไปเป็นระยะเวลายาวนาน

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเลิกใช้สินค้า พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไปเมื่อผู้บริโภคเลิกใช้สินค้า ผู้บริโภคไม่ได้มีความพอใจ หรือไม่พอใจ ผู้บริโภคจะหยุดการใช้สินค้าเนื่องจากมีความต้องการ “ครั้งเดียวพอ” ผู้บริโภคอาจใช้สินค้าเป็นประจำอยู่ถ้าสินค้านั้นดีที่สุดเท่าที่หาได้ และผู้บริโภคขาดแรงจูงใจที่จะแสวงหาตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่ดีกว่า บางทีอาจเป็นไปได้ว่าบุคคลไม่ “มีปัญหา” ซื้อหาสินค้าที่ดีกว่าหรือสินค้าที่ใช้อยู่ไม่มีลักษณะที่ต้องการหรือผู้บริโภคต้องการตราที่ตนชอบแต่ไม่มีขาย ผู้บริโภคสร้างสถานการณ์เนื่องจากสินค้าที่ดีที่สุดก็มีแค่นั้น การขาดแรงจูงใจหมายความว่าผู้บริโภคมีความพอใจไม่มากพอที่จะทำการอุทธรณ์ ผู้บริโภคอาจจะใช้สินค้าต่อไป แต่ต้องพิจารณาใหม่ในตอนซื้อครั้งต่อไป การเลิกใช้สินค้าครั้งนี้ได้มีผลไปถึงการซื้อในอนาคต

3. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อไม่พอใจ เมื่อบุคคลไม่พอใจกับการซื้ออาจก่อพฤติกรรมได้หลายประการ ประการแรก ผู้บริโภคอาจหยุดการใช้สินค้าหลังจากการใช้ครั้งนี้แล้วถ้าความ

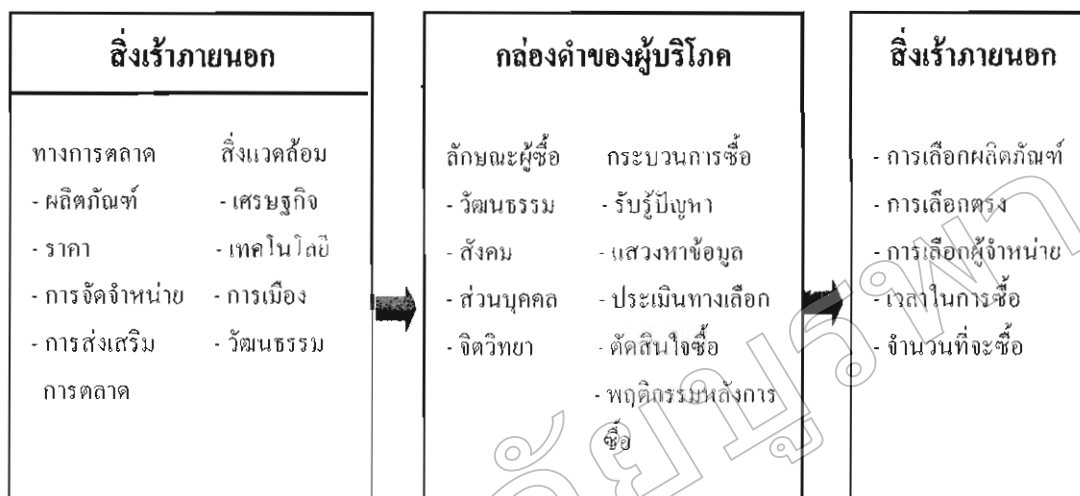
ต้องการไม่เกิดขึ้นอีก หรืออาจจะเก็บความไม่พอใจนั้นไว้ เรื่องนี้อาจเป็นเพราะสินค้าแพงเกินไป หรือไม่มีขายในขณะนี้ หรือการซื้ออาจจะใช้เวลานานมาก ถ้าความไม่พอใจไม่รุนแรง เช่น ในกรณีสินค้าราคาถูก ผู้บริโภคอาจเก็บความไม่พอใจไว้ในใจจนกระทั่งการซื้อครั้งต่อไป เมื่อมีการหยุดใช้สินค้าที่ไม่พอใจ ผู้บริโภคอาจปรับเปลี่ยนหาใหม่และแสวงหาสินค้าที่ดีกว่าเดิม ผู้บริโภคสามารถแสวงหาการแก้ไขจากคนขาย และอาจปรับตัวแก้ไขปัญหาและหาสินค้าที่ดีขึ้น

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

เป็นความรู้สึกรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ ความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อบริษัทหรือชื่อเสียงของบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีกซึ่งเราควรให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป

จากแนวคิดในกระบวนการตัดสินใจซื้อ สร้างแนวทางในการวางสมมติฐานและความมุ่งหมายในการ ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ พฤติกรรม และลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ปัญหาในเรื่องไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคเกิดขึ้นได้เสมอ นอกจากการทิ้งแล้วการทำให้กลับคืนสภาพตามที่ต้องการก็ยังถือว่าเป็นหน้าที่หนึ่งของ ผู้บริโภคที่เกิดขึ้นภายหลังการอุปโภคบริโภค การปรับปรุงสินค้าและนำมาขายใหม่ เป็นตัวอย่างที่ดี ที่ทำให้เกิด “การตลาดรอบสอง” (Remarketing) ขึ้น เมื่อมีการตลาดรอบสอง สิ่งที่ดีตามมาก็คือ การโฆษณาจำแนกประเภท (Classified Section) ของหนังสือพิมพ์เพื่อขายสินค้ามือสอง ถ้าเกิดตลาดมือสองดังกล่าวได้ขึ้นมา อาจจะทำความลำบากใจให้กับตลาดปกติได้

การเลิกใช้ผลิตภัณฑ์หรือสิ่งบรรจุทิ้งไปมิได้เกิดขึ้นเฉพาะตอนหลังการอุปโภคบริโภค เท่านั้นแต่อาจเกิดขึ้นก่อน ระหว่าง หรือหลังการอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคหมด ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม นักการตลาดอาจถึงภาวะของสินค้าบางอย่างแต่ละนำไป ทำให้กลับคืนสู่สภาพที่ต้องการ



ภาพที่ 2-3 แบบจำลองการซื้อของผู้บริโภค

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

การที่เราสนใจศึกษาผู้บริโภคนั้นเพื่อหาวิธีที่จะให้มีการใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพสูงสุด ประโยชน์ที่เราจะได้จากการศึกษาเรื่องนี้อาจแยกออกได้เป็น 2 ประการที่สำคัญคือ

1. ช่วยให้เห็นเข้าใจปัญหาทางการตลาดโดยรวม (Macromarketing Problem) ต้องสามารถสนองความต้องการของคนในสังคมนั้นได้ ด้วยสิ่งนี้เราจึงต้องศึกษาเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคโดยรวม เพื่อนำไปประกอบการแก้ปัญหาของผู้บริโภค
2. ช่วยให้เห็นถึงปัญหาทางการตลาดส่วนย่อย (Micromarketing Problem) เพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดต้องอาศัยการแก้ไขจากทั้ง 2 ทาง ทั้งปัญหาตลาดส่วนรวมและส่วนย่อย ประโยชน์ที่ได้รับสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้
 - 2.1 เพื่อช่วยให้สามารถเข้าใจถึงปัญหาความต้องการของสังคมนวมถึงแนวโน้มของความต้องการต่าง ๆ
 - 2.2 เพื่อช่วยให้กลไกทางการตลาดสามารถช่วยแก้ปัญหาการตัดสินใจของสังคมได้ถูกต้องยิ่งขึ้น ทำให้คาดการณ์ความนิยมของตัวสินค้าของผู้บริโภคได้ถูกต้องยิ่งขึ้น
 - 2.3 เพื่อช่วยในการหาตลาดใหม่ จากการค้นหาแหล่งของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2.4 เพื่อช่วยในการเสาะหาส่วนของการตลาดสำหรับสินค้า ช่วยให้ทราบถึงลักษณะสินค้าที่ผู้บริโภคชอบ หรือไม่ชอบซื้อ เป็นการหาทางที่ทำให้สินค้าตนมีลักษณะพิเศษและแตกต่างจากคู่แข่ง

2.5 เพื่อช่วยในการปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) โดยต้องมีการประเมินถึงลักษณะที่แท้จริงของผู้บริโภคในตลาด และเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม

ประโยชน์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคคือได้แนวทางจากหลักการเลือกซื้อของผู้บริโภคมาใช้กำหนดนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ได้เพราะการกำหนดนโยบายสาธารณะที่จะให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสามารถใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ ในสังคมได้นั้นต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความจำเป็น ความต้องการ สิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบของผู้บริโภค เพื่อนำมาพิจารณาประกอบการจัดทำขึ้นมา

แนวคิดด้วยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางไปยังที่ใด จะใช้บริการแบบใด ใช้เวลาท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวนี้ต้องมีกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งสรุปได้ทั้งหมด 10 ขั้นตอน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) ได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานการท่องเที่ยวทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมายซึ่งทำได้ 4 แบบ คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายเพื่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ทราบ และเป็นแรงกระตุ้นเพื่อให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานทางการเกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้ใช้ข่าวสารดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวบริการทางการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อชักจูงให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในขั้นนี้เป็นขั้นตอนหลังจากที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้ว และเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวนั้นสามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

ขั้นที่ 4 สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวโดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน เช่นการมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอหรือการขยายตัวทางการศึกษาและความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น และอีกปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอัน ได้แก่ การค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ การส่งเสริมการขายจากธุรกิจการท่องเที่ยว การขยายตัวของบริษัทจัดนำเที่ยว ระบบการคมนาคมขนส่งที่ดี เป็นต้น ซึ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

ก. สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ เพื่อลดความเครียดและดูแลสุขภาพ เช่น การขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

ข. สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการอยากเห็นวัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนรวมถึงการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความเป็นอยู่ของชาวเขา ชมประเพณีต่างๆ

ค. สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติ การเดินทางไปแสวงบุญ การเดินทางไปร่วมประกอบศาสนกิจ เป็นต้น

ง. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนาระดับสถานะของตนเองให้สูงขึ้น และมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมสัมมนา เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวและได้รับการกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้ามาเริ่มทำให้เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งที่ตนเองต้องการไปมากที่สุด

ขั้นที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นขั้นการศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตนตัดสินใจเลือกแล้ว ซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดในการท่องเที่ยวเช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูลและการช่วยเหลือในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้

นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญต่อไปนี้

1. เวลาว่าง ต้องวางแผนว่าจะใช้เวลาว่างช่วงใดในการเดินทางท่องเที่ยว และจะใช้เวลากี่วัน

2. การเงิน ต้องวางแผนว่าในการเดินทางท่องเที่ยวนี้จะต้องใช้จ่ายเงินมากน้อยเพียงใด

3. สุขภาพ ต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวนี้จะต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่น ปั่นเขา การเดินป่า ล่องแพ ตลอดจนการเตรียมยารักษาโรค เป็นต้น

4. อาชีพ ต้องวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะมอบภาระกิจงานที่ทำอยู่ให้กับใคร

5. ระยะเวลาต้องวางแผนถึงระยะเวลาของสถานที่ท่องเที่ยวว่าสอดคล้องกับ เวลาว่าง การเงิน สุขภาพ และอาชีพ หรือไม่อย่างไร

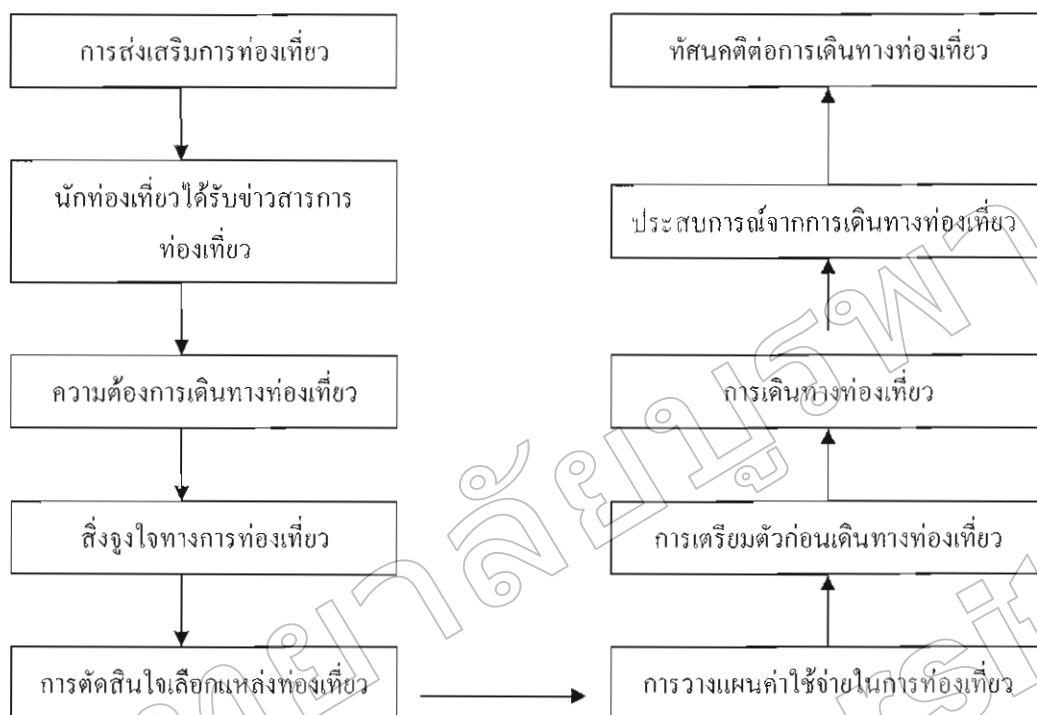
ขั้นที่ 7 การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว หลังจากที่มีการวางแผนค่าใช้จ่ายแล้ว ต้องมีการเตรียมตัวเดินทางซึ่งมีหลายอย่างที่ควรคำนึงถึงเช่น การจองพาหนะการเดินทาง การจองตั๋วรายการเข้าชม การจัดทำเอกสารการเดินทาง การเตรียมเสื้อผ้า และกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

ขั้นที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางสู่จุดหมายปลายทางที่ได้เลือกแล้วจนเดินทางกลับ โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มจากพาหนะที่ใช้เดินทาง แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม อาหารการกิน และบริการอื่น ๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง ตลอดถึงการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว ว่าตรงกับที่ตนเองได้คาดหวังไว้หรือไม่

ขั้นที่ 9 ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวหลังจากเสร็จสิ้นการท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งผลจะมีอยู่ 2 ลักษณะคือ ความรู้สึกพอใจ และความรู้สึกไม่พอใจ เป็นการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อมตลอดถึงการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

ขั้นที่ 10 ทักษะคิดต่อการเดินทาง เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแล้ว หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีและอาจทำให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก หรือบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวต่อไป หากไม่พึงพอใจทำให้มีทัศนคติไม่ดี ไม่อยากกลับไปท่องเที่ยวซ้ำอีกและอาจบอกคนอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

แผนภูมิต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2-4 แผนภูมิแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

ข้อมูลทั่วไปของเกาะสีชัง

หมู่เกาะสีชังเป็นหมู่เกาะที่อยู่บริเวณก้นอ่าวไทย มีระยะทางห่างจากชายฝั่ง อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี ไปทางทิศตะวันตกประมาณ 12 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดตั้งอยู่โดดเด่นบริเวณปากอ่าวอันเป็นบริเวณที่เชื่อมต่อระหว่างทะเลอ่าวไทยและทะเลใหญ่ภายนอก จึงเปรียบเหมือนประตูผ่านเข้าอ่าวไทยจากทะเลใหญ่ และกลายเป็นสัญลักษณ์ของการมาถึงหรือออกไปจากประเทศไทย ในสมัยก่อนที่คนไทยเดินทางและค้าขายกับต่างประเทศยังใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก รวมทั้งเป็นแหล่งที่พักเดินเรือเพื่อหลบมรสุมมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

เกาะสีชังในปัจจุบันมีฐานะเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดชลบุรีเรียกว่า อำเภอเกาะสีชัง แต่เดิมขึ้นอยู่กับเขตการปกครองของอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการจนถึงปี พ.ศ. 2486 จึงได้โอนมาขึ้นอยู่กับอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี และได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2537 อำเภอสีชังนี้มีเนื้อที่โดยรวม 18 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 11,250 ไร่ ซึ่งประกอบไปด้วยเกาะเล็กเกาะน้อย เป็นเกาะบริวารในบริเวณข้างเคียงอีก 8 เกาะ คือเกาะยายท้าว เกาะค้างคาว เกาะท้ายตาหมื่น เกาะขามใหญ่ เกาะขามน้อย เกาะสัมปันธ์ เกาะปรัง เกาะร้านดอกไม้ มีการตั้งถิ่นฐานของชุมชนมานานับร้อยปี มีอยู่ทั้งหมด 7 หมู่บ้านด้วยกัน โดย 6 หมู่บ้านแรก ตั้งอยู่บนเกาะสีชัง ส่วน

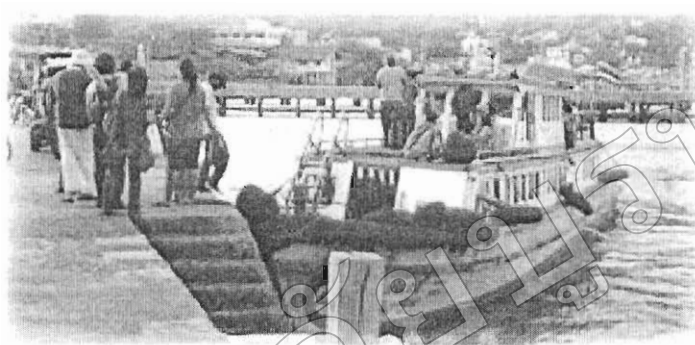
อีก 1 หมู่บ้าน อยู่บนเกาะขาม ใกล้เคียง ๆ กับเกาะสีชัง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็น ไร่สวน มีที่ราบเพียงเล็กน้อย ปัจจุบันมีประชากรทั้งหมด 4838 คน ความหนาแน่นของประชากร 612.41 คน/ ตร.กม. (เทศบาล ตำบลเกาะสีชัง, 2552) ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีอาชีพหลักคือการประมง

บนเกาะมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ตลอดจนมีปูชนียสถาน ปูชนียวัตถุ ท่าเทียบเรือ โรงเรียน โรงพยาบาล และหน่วยงานราชการหลายแห่งตั้งอยู่ ส่วนเกาะอื่น ๆ เช่น เกาะยาวทั่ว เป็นเกาะขนาดเล็กอยู่ทางตอนใต้ของเกาะสีชัง ถัดลงมา เป็นเกาะคางคาว และเกาะท้ายตาหมื่น ทั้ง 3 เกาะ เป็นสถานที่สำคัญในกรศึกษาในเวศน์วิทยา แนวปะการังที่สำคัญแห่งหนึ่งในอ่าวไทย เกาะขามใหญ่ เกาะขามน้อย เกาะปรังและเกาะร้านดอกไม้ นั้น อยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะสีชัง

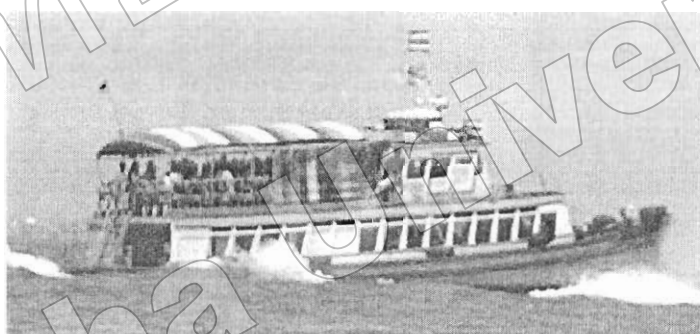
เกาะสีชังยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่น่าสนใจหลายแห่งให้นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชมได้ โดยเฉพาะเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จากการที่เกาะสีชังเคยเป็นสถานที่แปรพระราชฐานและเสด็จประพาสของพระเจ้าอยู่หัวของไทยถึง 3 พระองค์คือ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าฯ, พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าฯ และพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ จึงเป็นที่ตั้งของ โบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์สมัยรัตนโกสินทร์ คือ พระจุฑาธุชราชสถาน ซึ่งเป็นพระราชวังฤดูร้อนรัชกาลที่ 5 ทรงสร้างไว้ เกาะสีชังยังเป็นแหล่งตกปลาและแหล่งดำน้ำดูปะการังน้ำตื้นที่มีได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แห่งหนึ่ง

ในอดีตและปัจจุบัน เกาะสีชังเป็นที่รู้จักกันดีในวงการเดินเรือทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็นทั้งที่จอดพักเรือสินค้านานาชาติ เป็นท่าเรือสำหรับให้เรือขนาดใหญ่ที่ไม่สามารถเข้าไปยังท่าเรือกรุงเทพฯ ได้ระบายสินค้าที่หนัก่อน โดยตามปกติ เรือเดินสมุทรที่มีขนาดใหญ่เข้าท่าเรือกรุงเทพฯ ไม่ได้มักจะใช้มักจะใช้ทะเลบริเวณด้านทิศตะวันออกของเกาะสีชังเป็นที่จอดทอดสมอ เพื่อถ่ายลำเลียงสินค้าทางเรือใหญ่ลงเรือเล็ก ก่อนเดินทางเข้ากรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากสภาพทางทะเลระหว่างเกาะสีชังและเกาะขามใหญ่มีลักษณะเหมาะสมอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นพื้นผิวน้ำที่กว้างใหญ่ถึง 10 ตารางกิโลเมตร ความลึกของทะเลอยู่ในระดับที่ลึกระหว่าง 6-30 เมตร ประกอบกันการที่มีตัวเกาะเป็นที่กำบังคลื่นลมได้เป็นอย่างดี

โดยสาร 40 บาท ต่อเที่ยวต่อคน มีเรือออกทุก ๆ ชั่วโมง โดยเวลาเรือออกและเที่ยวเรือที่แน่นอนสามารถสอบถามได้ที่ท่าเรือ



ภาพที่ 2-6 ท่าเรือไปเกาะสีชังฝั่งศรีราชา (เกาะลอย)



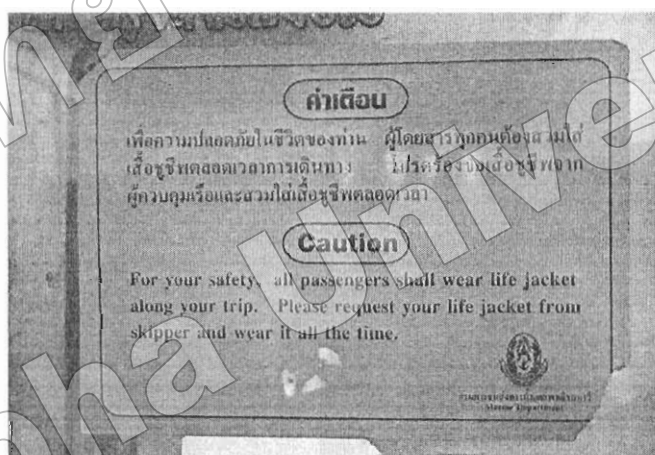
ภาพที่ 2-7 เรือโดยสารไปเกาะสีชัง 1



ภาพที่ 2-8 เรือโดยสารไปเกาะสีชัง 2



ภาพที่ 2-9 เรือโดยสารถึงเกาะสีชัง



ภาพที่ 2-10 ป้ายคำเตือนบนเรือโดยสาร



ภาพที่ 2-11 ภายในเรือโดยสาร



ภาพที่ 2-12 ภายในเรือโดยสารชั้นล่าง



ภาพที่ 2-13 เรือโดยสารชั้นบน



ภาพที่ 2-14 ที่วางเสื้อชูชีพบนเรือโดยสารชั้นบน

ชุมชนเกาะสีชังอยู่ทางด้านตะวันออกของเกาะ ซึ่งเป็นที่ตั้งของท่าเรือท้าววงศ์ (ท่าล่าง) และเป็นจุดเริ่มต้นการเดินทางบนเกาะไปยังจุดอื่น ๆ บนเกาะสีชัง



ภาพที่ 2-15 สะพานท่าเรือเทววงศ์ (ท่าล่าง)



ภาพที่ 2-16 ป้ายต้อนรับสู่เกาะสีชัง



ภาพที่ 2-17 ชุมชนเกาะสีชังบริเวณท่าเรือ

เกาะสีชังเป็นเพียงเกาะเล็ก ๆ ไม่มีรถยนต์ขนาดใหญ่ มีถนนสายยาวจากท่าเทียบเรือลดเลี้ยวไปสู่คอกาะ มีความกว้างเพียงเมตรเศษ ๆ พอสำหรับรถสามล้อเครื่องวิ่งได้เท่านั้น รถยนต์ไม่สามารถวิ่งได้ การเดินทางไปทั่วเกาะทำได้โดยการขับขี่รถจักรยานยนต์บน เกาะสีชัง เราจึงไม่เห็นว่ามียุทธยานต์วิ่งอยู่บนเกาะนี้เลย บนเกาะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง ได้แก่ เก๋งจีน ถ้ำจักรพงษ์ ช่องเขาขาด ถ้ำเจ้าพ่อเขาใหญ่ บริเวณพระราชฐานเก่า สถานที่เที่ยวบนเกาะสีชังแต่ละแห่งอยู่ห่างกันพอสมควร ดังนั้นจะสะดวกมากหากเช่ารถสามล้อเครื่องหรือ “สกายแล็ป” (รถที่คล้ายรถตุ๊ก ๆ แต่มีขนาดกว้าง และยาวกว่า) นั่งได้คันละ 3-4 คนจากท่าเทียบเรือไปชมสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งใช้เวลาเพียงประมาณสองชั่วโมงเศษก็เที่ยวได้ทั่วเกาะแล้ว

อัตราค่าบริการรถท่องเที่ยวบนเกาะ

ค่าเช่ารถสามล้อเครื่องหรือ “สกายแล็ป” คิดเป็นรอบ ๆ คือ
 รอบเล็ก ราคา 150 บาท วิ่งครึ่งเกาะ (ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่, ช่องเขาขาด และจุฬาราชพระราชฐาน)
 รอบใหญ่ ราคา 250 บาท วิ่งรอบเกาะ เพิ่มหาดถ้ำพัง
 รถปีคอป ราคา 700 บาท นั่งได้ 15 คน
 รถมอเตอร์ไซค์เช่า ขับเองในราคา 250 บาท / วัน หรือ 80 บาทต่อชั่วโมง



ภาพที่ 2-18 อัตราค่าบริการรถนำเที่ยวบนเกาะ ปี 2552

นอกจากนั้นยังมีรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างทั่วไปให้เช่าพร้อมคนขับในราคา 150 บาท



ภาพที่ 2-19 อัตราค่าบริการมอเตอร์ไซด์รับจ้างบนเกาะ ปี 2552

ถ้าหากนักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเกาะหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถสอบถามได้จากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตั้งอยู่บริเวณท่าเรือท้าววงษ์



ภาพที่ 2-20 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง บริเวณท่าเรือ

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจบนเกาะ



ภาพที่ 2-21 จุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจบนเกาะสีชัง

สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปเยือนเกาะสีชัง คือสภาพธรรมชาติที่มีความงดงามแตกต่างไปจากเกาะอื่นใด มีบรรยากาศที่สงบเงียบ อากาศบริสุทธิ์เป็นที่เลื่องลือมานาน ถนนบนเกาะเป็นถนนสายยาวทอดจากท่าเทียบเรือตลอดเลี้ยวไปสู่เกาะ ถนนบางจุดมีความกว้างเพียงเมตรกว่า ๆ พอสำหรับรถสามล้อเครื่องวิ่งได้เท่านั้น ซึ่งบนเกาะสีชังนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งอันได้แก่

1. พระจุฬาราชราชนาน (ท่าวัง)



ภาพที่ 2-22 สะพานท่าเทียบเรือพระจุฬาราชราชนาน (ท่าวัง)

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาะสีชัง ตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือมาทางใต้ของเกาะ อยู่ติดทะเล บริเวณโดยรอบร่มรื่นมาก สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เพื่อใช้เป็นที่ประทับในฤดูร้อน มีสิ่งก่อสร้างตั้งอยู่ตามชั้นเนินเขาลดหลั่นกันอย่างงดงาม ประกอบด้วยพระที่นั่ง 4 องค์ พระตำหนัก 14 หลัง ศาลา 1 หลัง มีสวนดอกไม้ สระ ธารน้ำ น้ำพุ ถ้ำ และหน้าผา ภายในบริเวณมีสภาพภูมิทัศน์ที่งดงามแต่งตามลักษณะอุทยานในพระราชวังตะวันตก ด้านหน้าเป็นชายหาดท่าวัง ถัดขึ้นไปเป็นตึกวัฒนา พระตำหนักทรงปั้นหยา เรือนไม้วัดกลางขนมบังจิง ตึกผ่องศรีหรือศาลาแปดเหลี่ยม ตึกอภิรมย์ และวัดอัญญาศรัณมิตรบนยอดเขาซึ่งก่อสร้างแบบสถาปัตยกรรมไทยผสมตะวันตก ส่วนพระราชวังซึ่งทำด้วยไม้สักได้รื้อไปก่อสร้างเป็นพระที่นั่งวิมานเมฆที่กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังมีสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ได้แก่ สระน้ำ บ่อน้ำ สะพานท่าเทียบเรือ และประภาคาร



ภาพที่ 2-23 สะพานอัยภูวนต์

พระเจ้าอู่ทองราชฐาน เป็นพระราชวังกลางทะเลแห่งเดียวของประเทศไทยที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อปี พ.ศ. 2435 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่ประทับเมื่อเสด็จแปรพระราชฐานมายังชายฝั่งตะวันออก และเป็นที่ประทับรักษาพระองค์หรือตากอากาศของพระบรมม้านวงศ์ เนื่องจากทรงพระราชดำริว่า เกาะสีชังมีภูมิสถาน และอากาศดีเป็นที่ประทับในฤดูร้อน และทรงใช้เป็นที่พักผ่อนของพระชายาและพระราชโอรส "เจ้าฟ้าอัยภูวนต์เดชาบุช" ซึ่งทำให้เห็นในน้ำพระทัยของพระองค์ท่านได้ว่า "ความรักของพ่อที่มีต่อลูกนั้นมีได้มากเพียงใด" โดยทรงบริจาคพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ในการก่อสร้างและพระราชทานนามว่า "พระเจ้าอู่ทองราชฐาน" ตามพระนามของพระโอรส เนื่องด้วยเป็นสถานที่ประสูติของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้าจุฑาธุชธราดิลก กรมขุนเพ็ชรบูรณ์อินทราชัย เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2435 ทรงเป็นพระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ลำดับที่ 72 และลำดับที่ 8 ในสมเด็จพระนางเจ้าเสาวภาผ่องศรี

ภายในพระราชฐานมีการจัดภูมิทัศน์ที่งดงาม มีพระตำหนักตั้งเรียงรายลดหลั่นจากชายหาดขึ้นไปตามเนินเขา ท่ามกลางต้นลำทมหลากสี ได้แก่ "ตึกวัฒนา" "ตึกผ่องศรี" "ตึกอภิรมย์" การก่อสร้างนี้ ประกอบไปด้วยตึก 3 หลังภายในพระราชฐานมีสองปีตยกรรมที่งดงามยิ่ง คือ ตึกวัฒนา หลังสิบแปดเหลี่ยม ตึกผ่องศรี หลังยาวซื่อ ตึกอภิรมย์ ซึ่งทรงพระราชทานชื่อตามพระนามพระชายา ผู้บริจาคทรัพย์ซื้อเครื่องเรือนตกแต่ง แม้จะผ่านลมผ่านฝน ผ่านแดดมานับร้อยปีจนชำรุดทรุดโทรมลงไป ปัจจุบันกรมศิลปกรร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำการบูรณะ

พระราชฐานปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และถนนรอบ ๆ เหมาะแก่การพักผ่อนเดินเล่น หรือขี่จักรยาน ลัดเลาะจากเนินเขาสู่ชายหาด สัมผัสบรรยากาศอันร่มรื่นชมพระราชวังที่งามสง่า

สิ่งก่อสร้างสำคัญแห่งหนึ่งที่ไม่ควรพลาดชมที่นี้ก็คือ วัดอภัยวงศานิมิตร ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างพระราชฐาน ณ. เกาะสีชัง จัดเป็นพระอารามขนาดเล็กอยู่เชิงยอดเขาพระจุลจอมเกล้าด้านใต้ มีพระเจดีย์อุโบสถ เป็นพระอุโบสถที่อยู่ในเขตพระราชวัง มีลักษณะแตกต่างจากที่อื่นคือมีพระอุโบสถอยู่ใต้เจดีย์ทรงกลมแบบลังกา ตัวพระอุโบสถสร้างตามรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโกธิค บริเวณพระเจดีย์อุโบสถยังมีต้นศรีมหาโพธิ์ซึ่งนำหน่อมาจากพุทธคยา ประเทศอินเดีย ปลูกไว้ด้วย พระเจดีย์อุโบสถนี้ตั้งอยู่บนเขา ณ ตำแหน่งที่สูง มองเห็นได้ชัด และจากองค์พระเจดีย์สามารถมองเห็นทัศนียภาพบริเวณพระราชฐาน โดยรอบ รวมถึงภูมิทัศน์ทางทะเลที่สวยงาม

ชายหาดที่นี้ยังสามารถเข้ามาเล่นน้ำได้อีกด้วย มีชื่อว่าหาดทรายแก้ว

2. วัดจุฬาทิศธรรมสภาราม

จัดเป็นพระอารามหลวงที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาขึ้นใน พ.ศ. 2435 เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระกุญญาเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ปัจจุบันแม้จะผ่านการปฏิสังขรณ์หลายครั้ง แต่ยังคงความงามไว้ได้ โดยเฉพาะอุโบสถ หอระฆัง พระพุทธรูปจำลอง และพระประธานปางมารวิชัยที่มีพุทธลักษณะที่งดงามมาก

3. ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่

ตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือท่าวังศไปทางด้านตอนเหนือของเกาะ เป็นอยู่บนเขาใกล้กับท่าท่าวังศ ตั้งอยู่บนเขาคงศิระ เดิมเป็นศาลที่ภายในมีช่องหินแคบ ๆ อยู่ เมื่อมีคนสักการบูชามากขึ้นจึงสร้างเป็นศาล เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่บรรดาชาวจีนทั้งในไทยและต่างประเทศ ให้ความเคารพสักการะ ศาลเจ้าเป็นอาคารใหญ่ ลักษณะทรงวิหารจีน นอกจากองค์เจ้าพ่อเขาใหญ่แล้ว ภายในยังเป็นประดิษฐานของเจ้าพ่อหิ้งเจีย ศาลเจ้าแม่กวนอิม วิหารพระสังกัจจายน์ ฯลฯ โดยเฉพาะในช่วงตรุษจีนจะมีผู้คนมาบวงสรวงสักการะเนืองแน่น ด้วยความเชื่อว่าจะทำให้กิจการค้าขายรุ่งเรือง เจ้าพ่อเขาใหญ่ยังเปี่ยมด้วยคุณค่าทางสถาปัตยกรรม และศิลปกรรม เช่นกระดางรูปเสาระเบียง และรูปบูชาต่าง ๆ



ภาพที่ 2-24 ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่



ภาพที่ 2-25 ทางขึ้นศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่

4. คำจักรพงษ์

อยู่ใกล้กับแก่งจั้น ภายในถ้ำประดิษฐานพระพุทธรูป มีปล่องสำหรับขึ้นไปยังยอดเขาเพื่อมองวิวทิวทัศน์ของเกาะสีชังได้

5. รอยพระพุทธรบาท

รอยพระพุทธรบาทตั้งอยู่บนเขาอยู่ทางเหนือศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ขึ้นไป ถูกอัญเชิญมาจากอินเดีย เป็นรอยพระพุทธรบาทจำลองมีความยาวสองเศษ ทำจากหินที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงอัญเชิญมาจากวัดพุทธคยา ประเทศอินเดีย เพื่อถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวซึ่งได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ประดิษฐานไว้บนยอดเขา ภายในบริเวณที่ประดิษฐานพระพุทธรบาทจำลองนี้ยังมีเจดีย์ที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ให้สักการบูชา

บนยอดเขาแห่งนี้เป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่งดงามมาก เพราะจะมองเห็นทิวทัศน์ทะเลรอบเกาะสี่ซังทั้งเกาะไปจนถึงเกาะขามใหญ่มองเห็นทิวทัศน์ของทะเลโดยรอบ ในบางครั้งบนเขาแห่งนี้จะเห็นกระรอกขาววิ่งอยู่บนต้นไม้อีกด้วย

6. พระเหลียง

ตั้งอยู่บนเนินเขากลางเกาะเป็นพระพุทธรูปขนาดใหญ่ ที่นี่เป็นวัดและมีถ้ำจักรพงษ์ ซึ่งเป็นผลงานของธรรมชาติ นักท่องเที่ยวนิยมไปไหว้พระ นอกจากนั้นบนเนินเขานี้ ยังมองเห็นทิวทัศน์ได้กว้างไกล แม้จะไม่สูงมากเหมือนจุดชมวิวอันเป็นที่ตั้งของรอยพระพุทธรบาทก็ตาม เดินลงจากวัดจะเห็นแก่งจันทน์เก่าคร่ำครึ แต่ซ่อนไว้ด้วยความสวยงาม เป็น แก่งจันทน์ สมัยรัชกาลที่ 5 พระราชทานไว้สำหรับประกอบพิธีการต่าง ๆ แยกซ้ายไปอีกนิดก็จะถึงศาลาจารึก บนแผ่นหินที่ตั้งใกล้สนามฟุตบอลประจำเกาะ แผ่นหินขนาดใหญ่นี้จะสลักเรื่องราวความเป็นมาของ เกาะสี่ซัง โดยใช้ภาษาแบบดั้งเดิม



ภาพที่ 2-26 พระเหลียง

7. เก่งจีน

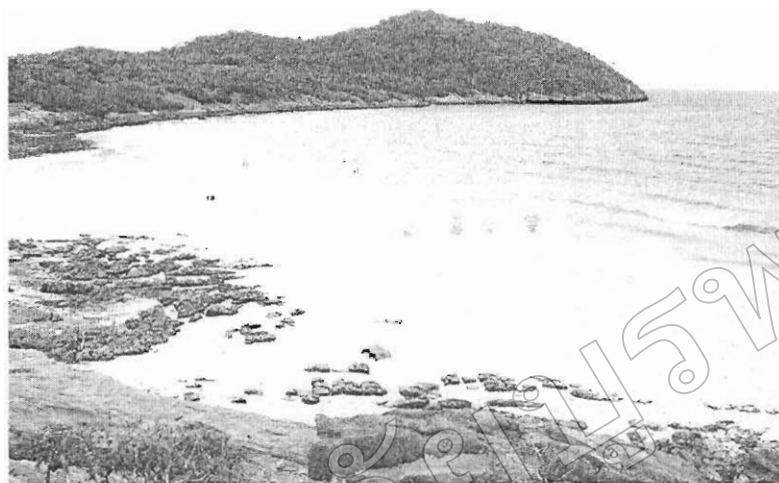
มีลักษณะเป็นศาลาโบราณ มีรูปมังกรและนกยูง เคยเป็นที่ประทับชั่วคราวเมื่อคราวพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 เสด็จประพาส

8. หาด-แหลมถ้ำพัง

เป็นอ่าวโค้ง มีหาดทรายขาวสวยงาม ชายหาดที่นี่มีคลื่นแรงเป็นลูกนักท่องเที่ยวที่ขวนิยมมาเล่นน้ำกันมาก แม้แต่ชาวเกาะสีชังเองก็ชอบไปเล่นน้ำ เล่นคลื่น บนหาดมีร้านอาหารไว้บริการด้วย นอกจากนี้ยังสามารถกางเต็นท์พักแรมบริเวณหาดทรายได้ มีห้องน้ำ มีร้านค้าได้พออาศัย ทางด้านเหนือของถ้ำพังมีคนที่ยื่นชอบการตกปลาตกปลากันเป็นจำนวนมาก ในยามเย็นผู้มาท่องเที่ยวนิยมชมพระอาทิตย์ตก เพราะสวยงามมากและเป็นที่แคบขังได้



ภาพที่ 2-27 นักท่องเที่ยวเล่นน้ำบริเวณหาดถ้ำพัง



ภาพที่ 2-28 บริเวณหาดถ้ำพัง

9. ช่องอิศริยาภรณ์ (เขาขาดและหาดหินกลม)

อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะ ชาวบ้านบนเกาะนิยมเรียกกันว่า“หลังเกาะ” มีลักษณะเป็นช่องเขาที่ขาดออกจากกัน เป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม สามารถมองเห็นพระอาทิตย์จ่มหายลับสู่ขอบน้ำ และมีหาดซึ่งมีหินก้อนกลมแบนที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของลมที่พัดผ่านจากทางทิศตะวันตกไปทางทิศตะวันออกในช่วงเดือนมีนาคม - กันยายน และที่สำคัญในบริเวณนี้ยังเป็นทีประดิษฐานของพลับพลารัชกาลที่ 5 โดยสามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้รอบ เห็นทั้งเกาะ หน้าผา และทะเล ซึ่งพระองค์ทรงใช้เป็นหอดูดาวด้วย

บริเวณช่องเขาขาดนี้ มีหาดทรายขาวสะอาด เป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามเช่นกัน แต่ไม่มีที่เก็บขยะเพราะมีลมแรง บริเวณนี้นักท่องเที่ยวมักนิยมใช้เป็นทีตกปลา ในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่ขานั่งเรือออกไปลอยลาก็สามารถนั่งตกปลาที่นี่ได้ และอยู่ไม่ไกลจากที่พักย่านชุมชน สามารถเดินเท้าได้สบาย ๆ บริเวณนั้นมีร้านอาหารและรีสอร์ทสำหรับเข้าพักอยู่ด้วย



ภาพที่ 2-29 บริเวณช่องเขาขาด



ภาพที่ 2-30 ทางไปจุดชมวิวช่องเขาขาด

10. เกาะขามใหญ่

เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านที่มีไม่กี่หลัง การไปเที่ยวชมใช้บริการเรือเหมาไปส่ง บนเกาะขามใหญ่พอมือที่เล่นน้ำ ตรงบริเวณหมู่บ้าน และมีที่ตกปลาตาม โขดหินต่าง ๆ รอบเกาะขามใหญ่ไม่มี รีสอร์ท แต่หากจะไปแคมป์ก็พอไหว








ภาพที่ 2-31 ชุมชนเกาะขามใหญ่



ภาพที่ 2-32 สะพานท่าเรือเกาะขามใหญ่

ตารางที่ 2-2 ประเพณี-วัฒนธรรมที่น่าสนใจบนเกาะสีชังในช่วงเวลาต่าง ๆ ของปี

	สักการะเจ้าพ่อเขาใหญ่	สถานที่: ศาลเจ้าเขาใหญ่ เริ่มตั้งแต่วันตรุษจีน ทุกปี ประมาณ 45 วัน
	ประเพณีวันสงกรานต์ (รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ)	สถานที่: วัดจุฬาทิศธรรมสภาธรรมวรวิหาร 17 เมษายน เวลาประมาณ 14.00 น. เริ่มขบวนแห่
	ประเพณีสงกรานต์ วันไหล	สถานที่: บ้านเกาะขามใหญ่ วันที่ 18 เมษายน (เช้า) ของทุกปี
	ประเพณีสงกรานต์ วันกองข้าว	สถานที่: พระจุฬาทูษาราชฐาน วันที่ 19 เมษายน (บ่าย) ของทุกปี
	งานวันรำลึก 100 ปี สีชัง	สถานที่: พระจุฬาทูษาราชฐาน วันที่ 20 กันยายน (ทั้งกลางวัน กลางคืน) ของทุกปี

ปัญหาทั่วไปที่พบของการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

จากการที่ได้เข้าไปสำรวจพื้นที่ครั้งแรกในเดือนสิงหาคม 2552 พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสีชังยังไม่เอื้ออำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวเท่าที่ควร โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ที่อาจเพิ่งเคยมาเยือนเกาะนี้เป็นครั้งแรก เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องเส้นทางบนเกาะที่แคบบางจุดเพียง 1 เมตรเศษ ๆ ทำให้บนเกาะนี้ไม่มีรถยนต์มากนัก ส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นรถกระบะ นอกจาก นั้นเป็นสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซด์ เส้นทางท่องเที่ยวบนเกาะ สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ห่างกันพอสมควรทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางบนเกาะได้ไม่สะดวกนักหากไม่คุ้นเส้นทาง ทางเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวเกาะสีชังได้รับการร้องเรียนบ่อยครั้งเกี่ยวกับการให้บริการของรถรับจ้างบนเกาะ รวมไปถึงการเดินทางหาที่พักค้างแรมที่อาจลำบากหากไม่ได้มีการจองที่พักไว้ล่วงหน้าก่อนการเดินทางมาเที่ยว



ภาพที่ 2-33 ถนนบนเกาะ



ภาพที่ 2-34 ถนนบนเกาะในเขตชุมชน



ภาพที่ 2-35 ถนนบนเกาะนอกเขตชุมชน



ภาพที่ 2-36 ป้ายบอกทางบนเกาะ 1



ภาพที่ 2-37 ป้ายบอกทางบนเกาะ 2

จากการลงพื้นที่สำรวจเกาะพบว่านักท่องเที่ยวมีปัญหาจากการใช้บริการสามล้อสก๊อตแล็ปที่ให้ บริการเหมารายวันที่มาจอดต่อนักท่องเที่ยวเมื่อเรือเทียบท่า หรือการที่ปล่อยนักท่องเที่ยวทิ้งไว้ตามจุดท่องเที่ยว แต่มารับไปจุดถัดไปล่าช้าจากเวลานัดเพราะติดให้บริการนักท่องเที่ยวรายอื่นอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวหลายคนไม่ประทับใจกับการบริการนี้

อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวบางจุดที่น่าสนใจทรุดโทรม เพราะไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่เท่าที่ควร อย่างเช่นหลักศิลาจารึกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ซึ่งตั้งอยู่บริเวณสนามฟุตบอล โรงเรียนสีซัง

ความเจริญทางการท่องเที่ยวก่อให้เกิดขยะเพิ่มขึ้นบนเกาะเป็นจำนวนมากบริเวณด้านหลังเกาะ ทำให้เกิดปัญหาในด้านการจัดการ

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวบนเกาะสีซัง โดยมีการนำเอาแนวคิดทางโลจิสติกส์มาวิเคราะห์หาแนวทางช่วยปรับปรุงเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต่อไป งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้นมีมากมาย มีการศึกษาในหลาย ๆ ด้าน แต่ผู้วิจัยต้องการศึกษางานวิจัยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ วางแผน เพื่อการปรับปรุงในด้านการท่องเที่ยวบนเกาะสีซังต่อไป

การวางแผนอุปสงค์ธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะล้านเมืองพัทยา (สุภเดช ชัยวัฒน์, 2551) เป็นการศึกษาการประเมินอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในจุดต่าง ๆ บนเกาะล้านโดยการศึกษาในด้าน ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ โดยใช้แบบสอบถาม และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS จากนั้นศึกษาแบบจำลองการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อหาการพยากรณ์ที่เหมาะสม สมจาก 3 กลุ่ม ได้แก่ แบบจำลองไม่ผันแปร แบบจำลองผันแปรและแบบจำลองแนวโน้มอนุกรมเวลา โดยใช้วิธีการถดถอย แล้วเลือกแบบ การพยากรณ์ที่มีค่าคลาดเคลื่อนต่ำที่สุด เพื่อใช้พยากรณ์จำนวนข้อมูลนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษา พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวแปรผันตามฤดูกาล โดยมีจำนวนมากที่สุด ใน ไตรมาสแรก ลดลงไปใน ไตรมาสที่ 2 และ 3 แล้วกลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้งใน ไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว สภาพของ เกาะล้าน มีอีกหลายหาดที่มีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวนอกจากหาดตาแหวน แต่ยังไม่มีการ พัฒนาในด้านการบริการเท่าที่ควร จึงควรมีการพัฒนาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ลดความแออัดของหาดตาแหวน รวมไปถึงจนถึงเรื่องการ บริการของเรือที่ยัง ไม่มีความสะดวกสบาย ที่พักที่ยังไม่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เท่าที่ควร เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเกาะล้านอย่างยั่งยืน

บทบาทของโลจิสติกส์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะล้านยั่งยืน (แพรวพรรณ บุญยรัตพันธุ์, 2551) เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังเกาะล้าน รวมถึง ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนเกาะ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 170 คน และนักท่องเที่ยว ต่างชาติ 50 คน นำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยโปรแกรมประมวลผล SPSS พิจารณาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ หาค่าเฉลี่ยความสำคัญ และหาค่า GAP ซึ่งเป็นค่าความแตกต่าง ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ เพื่อสรุปหาแนวทางการปรับปรุงต่อไป จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเดินทางและระบบขนส่งระหว่างเมืองพัทยามายังเกาะล้าน รองลงมาคือราคาการให้บริการเรือข้ามฝาก เรือสปีดโบ๊ต ซึ่งในปัจจุบันราคาที่ตั้งไว้ สำหรับชาวต่างชาติ จะมีราคาสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ประเด็นถัดมาเรื่องความปลอดภัยของ เรือสปีดโบ๊ตข้ามฝากซึ่งวิ่งด้วยความเร็วสูง แต่เรือมีขนาดเล็กจึงทำให้เกิดแรงปะทะกับคลื่นส่งผล ให้เรือไม่นิ่ง ในส่วนของที่พักและแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะล้าน อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ

อาวีวรรณ เสริมวิลาสกุล (2547) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์พิมาย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ มาท่องเที่ยวบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จำนวน 300 คน ใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย T-Test และ F-Test เป็นสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่านัก ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเที่ยวใหม่อีก

เนื่องจากเห็นว่าสถานท่องเที่ยวมีความสวยงาม น่าประทับใจ ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญกับเรื่องการส่งเสริมการตลาดแค่เพียงระดับปานกลาง

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (ชัยพิชชา ชัยชนะ, 2551) เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค และศึกษาว่าปัจจัยทางการตลาดอะไรบ้างที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนซึ่งจำนวนการสุ่มได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ นำผลที่ได้มาศึกษาในระดับนัยสำคัญทางสถิติของแต่ละปัจจัยโดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติ SPSS จากนั้นนำผลที่ได้มาทดสอบสมมติฐาน ผลพบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษชนิดกินใบ เช่น ผักบุ้ง คะน้า ต้นหอม สาเหตุที่เลือกซื้อเพราะให้ความสำคัญต่อสุขภาพ และมักเลือกซื้อที่ห้างที่อยู่ใกล้ที่พักเช่น ท็อปส์ โลตัส บิ๊กซี พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ อันดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องความใหม่สดของผักและความมั่นใจในคุณภาพว่าปลอดสารพิษ ปัจจัยสำคัญมาครองลงมาคือด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายและควรส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งระหว่างประเทศ (ปนัดดา ตันติวัดนพานิช, 2550) เป็นงานที่ศึกษาถึงความคาดหวังการรับรู้เพื่อนำมาทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มุ่งเน้นศึกษาว่าการให้บริการอย่างไรที่ตรงเป้าหมายและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด จึงศึกษาถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการ เพื่อนำมาประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการนั้น โดยใช้แบบสอบถาม จากนั้นนำผลมาประมวลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ SPSS สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้วิธี Paired Sample T-Test และสถิติการทดสอบที (T-Test) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยการบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับบริการที่ลูกค้าได้รับจริง เพื่อประโยชน์ในการนำผลมาวิเคราะห์ปรับปรุงกลยุทธ์ที่สามารถดึงให้ลูกค้ามาใช้บริการซ้ำอีก

บทสรุป

จากงานวิจัยหลาย ๆ ฉบับพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงมีโอกาสมากที่จะเพิ่มศักยภาพของธุรกิจด้านนี้ให้เติบโตอีกต่อไปได้ ดังนั้นการเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่ทุกฝ่ายต้องตระหนัก

ถึง ทุกฝ่ายจึงควรให้ความสนใจและมีการพัฒนาอย่างจริงจัง อีกทั้งควรมีการผลักดันให้เกิดการพัฒนาขึ้นอย่างจริงจังภายใต้กรอบแนวคิดและนำหลักการการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวมาพัฒนาร่วมด้วย เพื่อให้การเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวก และน่าประทับใจ ทำให้อยากกลับมาใช้บริการอีก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาการให้บริการ หรือการปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ มีกิจกรรมที่หลากหลาย รวมถึงการผลักดันให้มีส่วนร่วมของบุคคลในชุมชนนั้น ๆ โดยควรมีการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนร่วมกันปลูกจิตสำนึกให้ทุก ๆ คนตระหนักถึงประโยชน์แก่ชุมชนเองรวมถึงประโยชน์ที่ทุกคนจะได้รับในอนาคต ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องมีการมองถึงความต้องการของคนในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย เพื่อเกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

บทที่ 3

การสำรวจและจัดการข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายเพื่อเที่ยวบนเกาะสีชังของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยพื้นที่ที่จะทำการศึกษาคือการสำรวจเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวยังเกาะสีชัง ทำการลงสำรวจพื้นที่จริงเข้าไปสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวบนเกาะสีชังแล้วกำลังเดินทางกลับเพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกรู้สึกที่มี ความต้องการที่อยากให้เกิดการปรับปรุง อีกกลุ่มคือประชาชนที่อาศัยอยู่บนเกาะเพื่อทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อการที่เกาะสีชังจะมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มี 2 ประเภทคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยตรง คือนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้จากการมาท่องเที่ยวบนเกาะ โดยทำการสอบถามแบบ Focus Group คือสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางกลับจากเกาะสีชังเท่านั้น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) พื้นที่ศึกษาบริเวณท่าเรือบนเกาะสีชัง เพื่อรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวรูปแบบปัจจุบัน และปัจจัยที่จะมีผลต่อการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายซึ่งเป็นการบริการรูปแบบใหม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางปรับปรุงการท่องเที่ยวโดยใช้มุมมองของการบูรณาการการท่องเที่ยว

เชิงโลจิสติกส์รวมถึงวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงหากมีการพัฒนาด้านการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นบนเกาะ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ผู้ศึกษาไม่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง แต่เป็นข้อมูลทั่วไปของเกาะสี่ซังด้านการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ หนังสือวิชาการ จุลสาร และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงจากเอกสาร งานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นที่ต่าง ๆ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร (Population) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มที่ไม่ทราบค่าแน่นอนหรือมีจำนวนอนันต์ ผู้วิจัยเลือกวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) โดยกำหนดประชากรในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสี่ซังผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05 ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จึงใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบค่าประชากรทั้งหมดดังนี้

จากข้อมูลทุติยภูมิในปี 2552 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกาะสี่ซังมีจำนวนเฉลี่ย 30,177 คนต่อเดือน (ข้อมูลกรมขนส่งทางน้ำที่ 6 จังหวัดชลบุรี, 2552) เป็นข้อมูลรวมทั้งนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน ซึ่งจากการสอบถามเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์บนเกาะสี่ซัง พบว่าจำนวนชาวบ้านคิดเป็น 20% ของจำนวนคนที่นั่งเรือมายังเกาะทั้งหมด ดังนั้นจำนวนที่เป็นเฉพาะนักท่องเที่ยวคือประมาณ 24,142 คน ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงใช้วิธีสุ่มตัวแทนประชากร ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling size) ของ Taro Yamanac (Yamanac, 1973) อย่างเหมาะสมกับประชากรที่ต้องการศึกษาที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับจากการไปเยือนเกาะสี่ซังแล้วทำนั้นเนื่องจากกลุ่มนี้ได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวบนเกาะแล้ว โดยคิดได้จากสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Nc}$$

เมื่อ c = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากสูตรคำนวณได้กลุ่มประชากรตัวอย่าง 89 ตัวอย่าง จากขนาดของประชากรเฉลี่ย 800 คนต่อวัน ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มที่ 89 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับจากการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังเดือนพฤศจิกายน 2552

ตารางที่ 3-1 ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเกาะสีชัง ปี 2548-2552

ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาจากเกาะสีชัง (เก็บข้อมูลจากตัวเรือโดยสาร)													
ประจำปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)	(คน)
2548	9,177	13,837	10,086	14,372	12,576	8,128	10,196	7,702	6,211	17,314	8,294	15,162	133,055
2549	11,563	19,589	14,749	15,593	19,337	8,044	11,292	15,383	8,374	19,475	9,736	16,653	169,788
2550	11,595	17,751	16,463	15,643	16,754	11,201	20,894	21,558	19,939	20,366	20,366	30,158	222,688
2551	23,200	34,133	30,818	35,941	28,313	17,608	22,048	22,140	18,690	24,346	21,477	27,603	306,817
2552	33,330	39,059	31,962	37,662	33,105	19,107	23,565	23,625					241,415

ตารางที่ 3-2 สรุปยอดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังในช่วงเทศกาลปีใหม่

วัน เดือน ปี	ยอดรวม (คน)
28 ธันวาคม 2552	1,115
29 ธันวาคม 2552	882
30 ธันวาคม 2552	1,251
31 ธันวาคม 2552	3,279
1 มกราคม 2552	3,198
2 มกราคม 2552	2,938
3 มกราคม 2552	2,016
4 มกราคม 2552	914
รวม	15,593

ตารางที่ 3-3 สรุปยอดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังในช่วงเทศกาลตรุษจีน

วัน เดือน ปี	ยอดรวม (คน)
26 มกราคม 2552	3,367
27 มกราคม 2552	1,451
28 มกราคม 2552	1,057
29 มกราคม 2552	811
30 มกราคม 2552	1,412
31 มกราคม 2552	2,128
รวม	10,226

ที่มาของข้อมูล: กรมขนส่งทางน้ำที่ 6 จังหวัดชลบุรี

เครื่องมือในการศึกษา

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้

แบบสอบถามจำนวน 89 ชุด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลอดจนถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้องและสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นที่จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผลการวิจัยเนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีสำรวจและการจัดการกับข้อมูลโดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกันคือ

- 1) กำหนดแนวทางในการวิเคราะห์
- 2) ขั้นตอนการศึกษาออกแบบ และวางแผนวิธีการสำรวจข้อมูล
- 3) การสร้างแบบสอบถาม
- 4) การสำรวจ

1. แนวทางการวิเคราะห์

การวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการมาท่องเที่ยวยังเกาะสีชัง ทั้งในเรื่องของความสะดวกสบายในการการเดินทาง การบริการของรถเช่าบนเกาะ เส้นทางท่องเที่ยว และที่พัก จากนั้นนำเสนอรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเกาะคือบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่สะดวกสบายมากขึ้นเพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหากจะเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายนี้ ซึ่งจะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมากดังนั้น หากนำปัจจัยทั้งหมดมาพิจารณาในคราวเดียวกันอาจ จะทำให้การสำรวจข้อมูลมีความยุ่งยาก ซับซ้อนซึ่งจะทำให้ปัจจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจะพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการมากที่สุด เท่านั้น

2. ขั้นตอนการออกแบบและวางแผนวิธีการสำรวจข้อมูล

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำงานเพื่อกำหนดรายละเอียดของวิธีการที่ใช้สำรวจกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้เลือกวิธีการสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวโดยการใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ไม่เกิดความลำเอียงของข้อมูล และสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงของผู้ตอบมากที่สุด

3. การสร้างแบบสอบถาม

ก่อนที่จะทำการสำรวจข้อมูลในภาคสนามจะต้องกำหนดรูปแบบ และแนวของแบบสอบถามเสียก่อนเพื่อให้ผลการสำรวจข้อมูลในภาคสนามตรงตามวัตถุประสงค์ แบบสอบถามจะใช้แบบสอบถามเดียวกันทั้งหมดซึ่งจะมีแบบสอบถามเพียง 1 รูปแบบในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยรูปแบบของคำถามในแบบสอบถามนี้ จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามในส่วนนี้จะป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามในส่วนนี้จะป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามในส่วนนี้จะป็นคำถามที่เกี่ยวกับ ความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการมาเที่ยวเกาะสีชัง รวมถึงข้อเสนอแนะที่มี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามในส่วนนี้จะป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบริษัทเช่นชื่อเสียง การให้บริการ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ราคา การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย วันเวลาในการท่องเที่ยว

ในส่วนที่ 1 และ 2 คำถามแบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนที่ 3 และ 4 ใช้คำถามปลายเปิดแบบคำถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้จากการมาเที่ยวเกาะสีชังและ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามคำถามในการแสดงความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวของ Likert Scale ซึ่งแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนเชิงบวก ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง พึงพอใจมาก

3 คะแนน หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง พึงพอใจน้อย

1 คะแนน หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

นอกจากนั้น เพื่อให้ได้ความคิดเห็นของชาวบ้านที่มีต่อการพัฒนานนเกาะได้มีการจัดทำแบบสอบถามปลายเปิดอีก 1 ชุด เพื่อนำไปสอบถามผู้อยู่อาศัยและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบนเกาะจำนวน 5 คนเพื่อศึกษาแนวคิดที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะ วิธีการสำรวจใช้การสัมภาษณ์ตัวต่อตัว

หลังจากมีการจัดทำแบบสอบถามแล้วได้นำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ความเห็นชอบก่อนนำไปสำรวจจริง

4. การสำรวจ

ทำการสำรวจข้อมูลในภาคสนามโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับจากการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังในเดือน พฤศจิกายน 2552

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

แบบสอบถามที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดถูกนำมาตรวจสอบความเรียบร้อยว่าคำถามมีความสมบูรณ์ครบทุกข้อทุกขั้นตอน จากนั้นจึงนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

เป็นการตอบคำถามของการศึกษาวิจัย หรือทดสอบสมมติฐาน นอกจากนี้ยังเป็นการหาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวบนเกาะสีชังผ่านแนวคิดการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่คือ บริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ในการศึกษาครั้งนี้จะได้ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมารวบรวมและจัดลำดับของข้อมูล ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ โดยวิธีการดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) คือการลงลำดับของแบบสอบถาม การลงค่าตามข้อ และกลุ่มของแบบสอบถามสำหรับประมวลผล
2. ประมวลข้อมูลทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่องานวิจัยสังคมศาสตร์ที่เรียกว่า SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences)
3. นำผลการวิเคราะห์ทางสถิติที่ได้มาวิเคราะห์ ตรวจสอบและอธิบายในระดับนัยยะสำคัญของตัวแปรและพิสูจน์สมมติฐาน โดยการตีความจากผลที่ได้ โดยประมวลออกมาจากตัวแปรที่ได้ทำการทดสอบ
4. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติมาอธิบายโดยเอาทฤษฎีและการพิจารณาด้วยเหตุผลมาช่วยตีกรอบแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่บันทึกไว้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version 16.0 (Statistic Package for the Social Sciences) โดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์มีด้วยกัน 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ใช้สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับบรรยายลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ มีการใช้สถิติในการทดสอบดังนี้

1.1 การใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) สำหรับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วัดการกระจายตัวของข้อมูลสำหรับความพึงพอใจในบริการการท่องเที่ยวบนเกาะด้านต่าง ๆ และปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายโดยค่าเฉลี่ย มีการกำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์ไว้ดังนี้ (ชัยพิชชา ชัยชนะ, 2551)

ช่วงคะแนนและการแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

1.3 การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) เป็นการนับสมาชิกของสิ่งที่มีคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่มีการจัดไว้ว่ามีจำนวนเท่าใดลงในตารางแจกแจงความถี่

ส่วนที่ 2 ใช้สถิติทดสอบ (Test Statistics) เป็นการนำสถิติในภาคสรุปอ้างอิง (Inferential Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย 2 ข้อที่ตั้งไว้คือ

สมมติฐานที่ 1 การศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ

สมมติฐานที่ 2 ระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่แตกต่างกัน

นำผลที่ได้มาอ้างอิงเพื่ออธิบายคุณลักษณะของประชากร โดยใช้การทดสอบจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ทดสอบในการศึกษามีดังนี้

1.4 สถิติทดสอบแบบที (T-Test) จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-Test) และการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็เมื่อค่า sig. (2 tails) มีค่าน้อยกว่า 0.05

1.5 การวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) โดยทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป จะต้องใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ANOVA ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) แต่ถ้ามีตัวแปรอิสระหลายตัวก็จะเรียกชื่อต่างกันไปตามจำนวนตัวแปร และมักเรียกรวม ๆ กันว่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

หลังจากการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลที่ได้จากวิธีการทางสถิติต่างดังกล่าวข้างต้นแล้วจะนำผลที่ได้จากการศึกษามาสรุปและอภิปรายผลต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง โดยเป็นการนำเอาหลักการและแนวคิดทางโลจิสติกส์เข้ามาใช้ จากมุมมองที่ว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการจัดการ โลจิสติกส์ที่จะก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสมดุลจึงต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง แต่การที่จะวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องนั้นต้องอาศัยข้อมูลในหลายด้านทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพมาวิเคราะห์ร่วมกันอย่างมีเหตุผล

ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบเชิงบรรยายหรือเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับจากการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนทั้งสิ้น 89 ชุด ผู้วิจัยได้รับกลับคืนมาทั้ง 89 ชุด นำมาทำการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์และประมวลผลที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จ รูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for Windows การวิเคราะห์ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงอ้างอิง (Inferential Method) โดยนำเสนอผลการทดสอบและการวิเคราะห์ไว้ทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการมาเที่ยวเกาะสีชัง
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการศึกษาข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

Mean	หมายถึง ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
SD	หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n	หมายถึง จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
*	หมายถึง แสดงสัญลักษณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
t - Test	หมายถึง ค่าทางสถิติที่ใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยแบบ 2 กลุ่ม
F - Test	หมายถึง ค่าทางสถิติที่ใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยแบบมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)
Sig.	หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นของค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ชาย	31	34.8
หญิง	58	65.2
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกาะสีชัง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 4-2 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
โสด	54	60.7
สมรส	35	39.3
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกาะสีชัง โดยส่วนใหญ่สถานภาพโสด อาจกล่าวได้ว่าคนโสดมีแนวโน้มที่จะเดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังมากกว่าคนที่มีครอบครัวแล้ว

ตารางที่ 4-3 ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ต่ำกว่า 20 ปี	13	14.6
20-40 ปี	70	78.7
41-50 ปี	6	6.7
มากกว่า 50 ปี	0	0.0
รวม	89	100

พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง โดยส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยวเกาะสีชัง คือกลุ่มคนวัยรุ่นและวัยทำงาน ต้องการที่พักผ่อนเพื่อผ่อนคลายจากการเรียนหรือภาระงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องสถานภาพ ที่กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนโสด กลุ่มคนสูงอายุให้ความสนใจมาเที่ยวบนเกาะนี้ค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 4-4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	27.0
ปริญญาตรี	45	50.6
สูงกว่าปริญญาตรี	20	22.4
รวม	89	100

พบว่าการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4-5 รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	21.3
10,000 – 15,000 บาท	16	18.0
15,001 – 30,000 บาท	41	46.1
มากกว่า 30,000 บาท	13	14.6
รวม	89	100

พบว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังมีการกระจายตัวตั้งแต่ 10,000-30,000 บาท จากข้อมูลที่ได้นี้สามารถนำไปพิจารณาถึงระดับราคาของแพคเกจท่องเที่ยวหรือจัดการบริการด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้เหมาะสม

ตารางที่ 4-6 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
นักศึกษา	19	21.3
ข้าราชการ	1	1.1
พนักงานบริษัท	57	64.2
เจ้าของกิจการ	5	5.6
นักท่องเที่ยว	2	2.2
อื่น ๆ	5	5.6
รวม	89	100

พบว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทและนักศึกษาสอดคล้องกับผลการสำรวจเรื่องอายุและรายได้

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการสอบถามถึงลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกาะสีชัง ทั้งการระยะเวลาการมาเที่ยวแต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่มา วิธีการเดินทางบนเกาะ การหาข้อมูลการท่องเที่ยว การจองที่พักได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4-7 จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเกาะสีชัง

ครั้งที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ครั้งแรก	38	42.6
ครั้งที่ 2	32	36.0
ครั้งที่ 3-5	8	9.0
มากกว่าครั้งที่ 5	11	12.4
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรกและครั้งที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวบนเกาะอาจจะมีไม่มากนัก ทำให้ไม่น่าสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวหลาย ๆ ครั้ง (2 ครั้งขึ้นไป)

ตารางที่ 4-8 ระยะเวลาการมาเที่ยวในครั้งนี้

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
มาเช้า - เย็นกลับ	46	51.7
ค้างคืน	43	48.3
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังมีสัดส่วนการมาเที่ยวแบบมาเช้า-เย็นกลับ และพักค้างคืนบนเกาะในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก อาจเนื่องจากระยะทางที่ใกล้ เดินทางมาได้สะดวกและกิจกรรมบนเกาะมีไม่มากนัก นักท่องเที่ยวอาจจะเที่ยวทั่วทั้งเกาะ เสร็จได้ภายในวันเดียว

ตารางที่ 4-9 ผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
มาคนเดียว	1	1.1
2-5 คน	66	74.2
มากกว่า 5 คน	22	24.7
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยกัน 2-5 คน แสดงว่านิยมมาเที่ยวกันเป็นกลุ่มตามประสาเพื่อนฝูง หรือครอบครัว มากกว่าเดินทางมาพักผ่อนเพียงลำพัง อาจเนื่องมาจากลักษณะสถานที่ที่พักที่ไม่เหมาะกับการมาเที่ยวคนเดียว

ตารางที่ 4-10 ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
วันธรรมดา	2	2.2
วันเสาร์ อาทิตย์	86	96.7
วันหยุดนักขัตฤกษ์	1	1.1
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังในวันเสาร์- อาทิตย์มากที่สุด มีสัดส่วนมาก อาจเนื่องจากการเดินทางที่ง่ายและสะดวกที่สุด

ตารางที่ 4-11 การเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

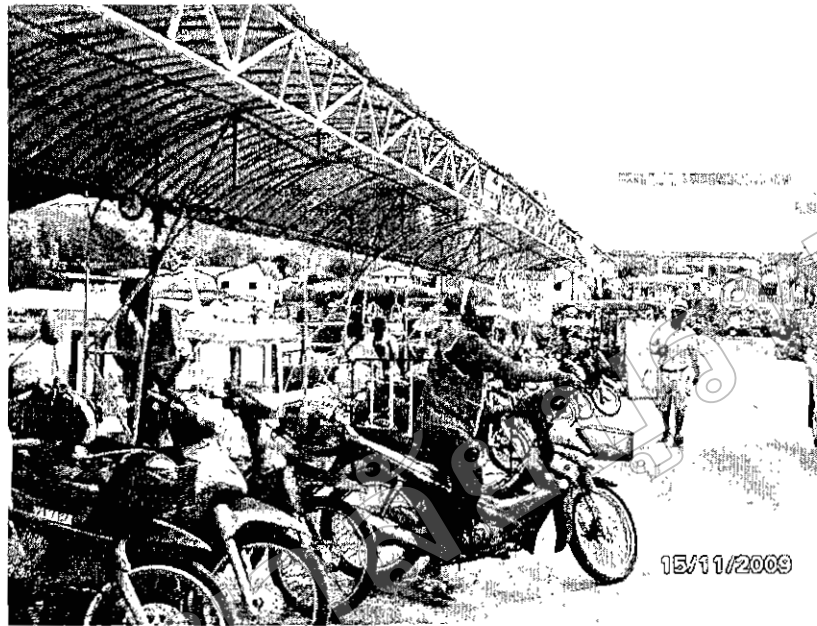
เดินทางโดย	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
เช่ามอเตอร์ไซด์	39	43.8
บริการสามล้อ “สกายแลป”	39	43.8
รถสองแถว	9	10.2
อื่น ๆ	2	2.2
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสีชังโดยวิธีการเช่ามอเตอร์ไซด์ไว้ขับเอง และใช้บริการสามล้อ “สกายแลป” ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง ในตาราง 4-9 ซึ่งมักเดินทางมากันเป็นกลุ่ม 2-5 คน ซึ่งการเดินทางที่เหมาะสมทำได้ 2 ทาง คือ เช่ามอเตอร์ไซด์และใช้บริการสามล้อสกายแลป



ภาพที่ 4-1 สามล้อ “สกายแลป”

สามล้อ “สกายแลป” ที่ให้บริการนำเที่ยวบนเกาะแก่นักท่องเที่ยว จุได้สูงสุด 5 คน ถือเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของเกาะสีชัง ซึ่งมีการประกอบมาใช้งานและวิ่งบริการอยู่บนเกาะสีชังนี้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น



ภาพที่ 4-2 มอเตอร์ไซด์ให้เช่าบนเกาะ

ตารางที่ 4-12 การจองที่พักบนเกาะสีชัง

การจองที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ติดต่อจองที่พักล่วงหน้าก่อนเดินทางด้วยตนเอง	37	41.6
ติดต่อจองที่พักล่วงหน้าก่อนเดินทางผ่านตัวแทน	8	9.0
นักท่องเที่ยว		
มาหาที่พักหลังจากเดินทางมาถึงเกาะ	44	49.4
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่จะพักบนเกาะมักมาหาที่พักเอาหลังจากเดินทางมาถึงเกาะ อาจเพราะต้องการดูสภาพที่พักก่อนตัดสินใจ รองลงมาในสัดส่วนใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวมักจองที่พักไว้ล่วงหน้าโดยการหาข้อมูลที่พักด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ส่วนการจองที่พักผ่านตัวแทนท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-13 การหาข้อมูลที่พักบนเกาะสีชัง

การต้องหาข้อมูลที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ทางอินเทอร์เน็ตผ่าน Website	42	47.2
ทางตัวแทนท่องเที่ยว	8	9.0
ทางหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์	13	14.6
ทางอื่น ๆ	26	29.2
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่จะพักบนเกาะมักมาข้อมูลด้านที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือทางอื่น ๆ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าส่วนใหญ่มาจากการแนะนำ บอกต่อจากคนรู้จัก หรือเพื่อนที่เคยไปพักมาแล้ว

ตารางที่ 4-14 ที่พักบนเกาะสีชัง

ที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
ไม่พัก	50	56.2
โรงแรม เกสเฮ้าท์	34	38.2
กางเต็นท์	5	5.6
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวบนเกาะมีทั้งไม่พักและพักค้างคืนบนเกาะ โดยมีสัดส่วนเข้าไปเป็นอันดับมากที่สุด แต่หากพักค้างคืนมักเลือกพักตาม โรงแรม หรือ เกสเฮ้าท์ มากกว่าเลือกพักแบบกางเต็นท์

ตารางที่ 4-15 รูปแบบการท่องเที่ยวที่ขั้วทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
เที่ยวด้วยตนเอง	81	91
ซื้อแพคเกจนำเที่ยวจากบริษัททัวร์	8	9.0
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุดเนื่องจากสะดวก และสามารถปรับเปลี่ยน โปรแกรมได้ง่าย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายจึงจะเลือกซื้อเป็นแพคเกจทัวร์

ตารางที่ 4-16 ความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง หากมีบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายรวมเรือไปกลับ ที่พัก และบริการพาเที่ยวรอบเกาะ

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (100.0)
สนใจ	64	71.9
ไม่สนใจ	25	28.1
รวม	89	100

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับแพคเกจเหมาจ่ายมากที่สุด เนื่องจากคิดว่าน่าจะ ได้รับ ความสะดวกสบายและประหยัดเวลา ส่วนที่เหลือไม่สนใจแพคเกจเหมาจ่าย เพราะชอบเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่า เห็นว่าสะดวก สบายและประหยัดมากกว่า

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-17 ความพึงพอใจต่อการเดินทางบนเกาะ

ความพึงพอใจต่อการเดินทางบนเกาะ	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
การให้บริการด้านการท่องเที่ยวบนเกาะ	3.28	.826	ปานกลาง
สภาพเส้นทางบนเกาะ	3.25	.695	ปานกลาง
ความสะดวกของการเดินทางไปยังจุดเที่ยวต่าง ๆ บนเกาะ เช่น ความชัดเจนของป้ายบอกทาง	3.15	.948	ปานกลาง
ค่าบริการของรถนำเที่ยวบนเกาะ	2.83	.882	ปานกลาง
ราคาของมอเตอร์ไซด์เช่าขับเอง	2.75	.883	ปานกลาง

นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจต่ระดับราคาของรถมอเตอร์ไซด์เช่าบนเกาะมากที่สุด เนื่องจากมีความเห็นว่ามีราคาแพงเกินไป ไม่สมเหตุผล เพราะหากเช่าค้างคืนมีราคาสูงถึงวันละ 300 บาท ควรจะมีการปรับปรุงในด้านราคา

ตารางที่ 4-18 ความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเกาะ

ความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
แผ่นพับ	3.49	.771	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์บนเกาะ	3.28	.738	ปานกลาง
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะ	3.18	.732	ปานกลาง
การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับเกาะสีชังตามแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วารสารการท่องเที่ยวและอื่น ๆ	3.13	.710	ปานกลาง
เว็บไซต์ตำบลเกาะสีชัง	3.02	.707	ปานกลาง

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะจากแหล่งต่าง ๆ ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะแผนพับที่ได้รับแจกจากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวเกาะสีชังที่นั่งประจำอยู่ตรงท่าเรือทำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะ โดยเฉพาะเส้นทางไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจของเกาะสีชัง

ตารางที่ 4-19 ความพึงพอใจต่อที่พักบนเกาะ

ความพึงพอใจต่อที่พักบนเกาะ	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
การให้บริการ	2.98	.812	ปานกลาง
ความเหมาะสมของระดับราคา	2.82	.948	ปานกลาง
ความสะดวกสบายของที่พัก	2.73	1.194	ปานกลาง
ความสะดวกสบายในการจองที่พัก	2.72	1.138	ปานกลาง

ผลการสำรวจด้านความพึงพอใจด้านที่พักบนเกาะ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจค่อนข้างน้อยเนื่อง จากเห็นว่าราคายังแพงเกินไปไม่เหมาะสมและยังขาดความสะดวกสบายซึ่งอาจเนื่องมาจากที่พักบนเกาะยังมีอยู่น้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการในฤดูกาลท่องเที่ยว ทางผู้ประกอบการจึงสามารถตั้งราคาได้ตามอำเภอใจ ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งทำการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างในด้านราคาด้วย

การกระจายตัวของข้อมูลคำตอบในส่วนนี้ค่อนข้างมาก อาจเนื่องจากคำตอบที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน เพราะเป็นเรื่องของความคิดเห็นส่วนบุคคลในด้านการบริการด้านที่พักที่ได้รับจากการเข้าพัก

ตารางที่ 4-20 ความต้องการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว

จะกลับมายังสถานที่นี้อีกหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับมาอีกอย่างแน่นอน	52	58.4
ไม่แน่อาจจะกลับมาอีก	37	41.6
ไม่กลับมาอีกอย่างแน่นอน	0	0.0
รวม	89	100

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาอีก เนื่องจากติดใจในความสงบสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง รวมถึงอรรถาศัยที่ดีของชาวเกาะที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ตารางที่ 4-21 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	X	SD	ระดับความสำคัญ
วันและเวลาในการเดินทาง	4.45	.640	มากที่สุด
ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์	4.35	.605	มากที่สุด
ความสะดวกสบายที่ได้รับ	4.33	.780	มากที่สุด
ระดับราคาของแพคเกจทัวร์	4.25	.802	มากที่สุด
โปรแกรมท่องเที่ยว	4.21	.630	มากที่สุด
ลักษณะที่พัก	4.20	.625	มาก
ผู้ที่ร่วมเดินทางด้วย	3.84	.752	มาก
ลักษณะและคุณภาพของพาหนะที่ใช้เดินทาง	3.82	.716	มาก
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.79	.715	มาก
ชื่อเสียงของบริษัทที่รับจัดการการท่องเที่ยว	3.64	.644	มาก

หมายเหตุ: ระดับความต้องการ 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

จากการสำรวจพบว่าปัจจัยทุกตัวมีความสำคัญในระดับมากกับการเลือกของนักท่องเที่ยว จะพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย และพบอีกว่ามีปัจจัยอยู่ 5 ปัจจัยด้วยกันที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นควรพิจารณาให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ด้วย หากมีการจัดทำบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

H_0 : การศึกษาและรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ

H_1 : การศึกษาและรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ตารางที่ 4-22 ผลการทดสอบการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ

ความพึงพอใจต่อการ บริการด้านต่าง ๆ	ระดับการศึกษา	N	Mean	SD	F	p-Value
ด้านการเดินทางบนเกาะ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	3.24	0.404	3.533	0.034*
	ปริญญาตรี	45	3.04	0.554		
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	2.84	0.470		
	Total	89	3.05	0.513		
ด้านการให้ข้อมูลการ ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	3.51	0.562	.360	0.006*
	ปริญญาตรี	45	3.15	0.484		
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	3.02	0.618		
	Total	89	3.22	0.563		
ด้านที่พักบนเกาะ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	2.88	0.991	.267	0.110
	ปริญญาตรี	45	2.94	0.978		
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	2.42	0.707		
	Total	89	2.81	0.942		

* หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-22 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการ

ให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ บนเกาะสีชังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1

ตารางที่ 4-23 ผลการทดสอบรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ

ความพึงพอใจต่อการ บริการด้านต่าง ๆ	ระดับรายได้	N	Mean	SD	F	p-Value
ด้านการเดินทางบนเกาะ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.11	0.526	0.572	0.635
	10,001-15,000 บาท	16	3.02	0.579		
	15,001-30,000 บาท	41	3.08	0.503		
	มากกว่า30,000 บาท	13	2.89	0.466		
	Total	89	3.05	0.513		
ด้านการให้ข้อมูลการ ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.34	0.557	1.061	0.370
	10,001-15,000 บาท	16	3.36	0.485		
	15,001-30,000 บาท	41	3.13	0.628		
	มากกว่า30,000 บาท	13	3.15	0.409		
	Total	89	3.22	0.563		
ด้านที่พักบนเกาะ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.02	0.893	0.897	0.281
	10,001-15,000 บาท	16	3.10	1.201		
	15,001-30,000 บาท	41	2.54	0.931		
	มากกว่า30,000 บาท	13	2.96	0.418		
	Total	89	2.81	0.942		

* หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-23 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยรวมและรายด้านพบว่า ระดับรายได้ที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังในด้านต่าง ๆ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0

สมมติฐานที่ 2 ระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่แตกต่างกัน

H_0 : ระดับรายได้ต่างกัน ไม่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

H_1 : ระดับรายได้ต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ตารางที่ 4-24 ผลการทดสอบระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อ	ระดับรายได้	N	Mean	D	F	p-Value
ความสะดวกสบายที่ได้รับ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.84	0.688	5.818	0.001*
	10,001-15,000 บาท	16	4.06	0.998		
	15,001-30,000 บาท	41	4.54	0.674		
	มากกว่า 30,000 บาท	13	4.69	0.480		
	Total	89	4.33	0.780		
ชื่อเสียงของบริษัท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.47	0.513	0.949	0.421
	10,001-15,000 บาท	16	3.56	0.727		
	15,001-30,000 บาท	41	3.76	0.699		
	มากกว่า 30,000 บาท	13	3.62	0.506		
	Total	89	3.64	0.644		

* หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-24 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำให้เกิด การเลือกซื้อ	ระดับรายได้	N	Mean	D	F	p-Value
ระดับราคาของ						
แพคเกจทัวร์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.95	1.129	1.977	0.123
	10,001-15,000 บาท	16	4.06	0.854		
	15,001-30,000 บาท	41	4.39	0.628		
	มากกว่า30,000 บาท	13	4.46	0.519		
	Total	89	4.25	0.802		
โปรแกรมทัวร์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	4.26	0.653	0.752	0.524
	10,001-15,000 บาท	16	4.00	0.730		
	15,001-30,000 บาท	41	4.27	0.633		
	มากกว่า30,000 บาท	13	4.23	0.439		
	Total	89	4.21	0.630		
ระยะเวลาของ						
แพคเกจทัวร์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.89	0.567	0.262	0.000*
	10,001-15,000 บาท	16	4.31	0.602		
	15,001-30,000 บาท	41	4.44	0.550		
	มากกว่า30,000 บาท	13	4.77	0.439		
	Total	89	4.35	0.605		
ลักษณะที่พัก	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.79	0.419	10.072	0.000*
	10,001-15,000 บาท	16	4.06	0.680		
	15,001-30,000 บาท	41	4.24	0.582		
	มากกว่า30,000 บาท	13	4.85	0.376		
	Total	89	4.20	0.625		

ตารางที่ 4-24 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำให้เกิด การเลือกซื้อ	ระดับรายได้	N	Mean	D	F	p-Value
ลักษณะและ						
คุณภาพของ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.68	0.582	0.596	0.619
พาหนะที่ใช้เดินทาง	10,001-15,000 บาท	16	3.75	0.931		
	15,001-30,000 บาท	41	3.93	0.685		
	มากกว่า30,000 บาท	13	3.77	0.725		
	Total	89	3.82	0.716		
วันและเวลาในการ						
เดินทาง	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.89	0.567	11.478	0.000*
	10,001-15,000 บาท	16	4.38	0.619		
	15,001-30,000 บาท	41	4.56	0.594		
	มากกว่า30,000 บาท	13	5.00	0.000		
	Total	89	4.45	0.640		
ผู้ที่ร่วมเดินทาง	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.95	0.621	.930	.430
	10,001-15,000 บาท	16	4.06	0.680		
	15,001-30,000 บาท	41	3.76	0.830		
	มากกว่า30,000 บาท	13	3.69	0.751		
	Total	89	3.84	0.752		
การโฆษณา						
ประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	3.79	0.631	.851	.144
	10,001-15,000 บาท	16	4.12	0.806		
	15,001-30,000 บาท	41	3.73	0.742		
	มากกว่า30,000 บาท	13	3.54	0.519		
	Total	89	3.79	0.715		

จากตารางที่ 4-24 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยรวมและแต่ละปัจจัยพบว่าระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้

ความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1

ตารางที่ 4-25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย	P Value	ผลที่ได้
ความสะดวกสบายที่ได้รับ	0.001*	✓
ชื่อเสียงของบริษัท	0.421	×
ระดับราคาของแพคเกจทัวร์	0.123	×
โปรแกรมทัวร์	0.524	×
ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์	0.000*	✓
ลักษณะที่พัก	0.000*	✓
ลักษณะและคุณภาพของพาหนะที่ใช้เดินทาง	0.619	×
วันและเวลาในการเดินทาง	0.000*	✓
ผู้ร่วมเดินทาง	0.430	×
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.144	×
การหาข้อมูลที่พักบนเกาะ	0.048*	✓
ลักษณะที่พักบนเกาะ	0.011*	✓
รูปแบบการท่องเที่ยวโดยทั่วไป	0.415	×
ความสนใจในแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย	0.291	×

× หมายถึงไม่มีความสัมพันธ์ ✓ หมายถึงมีความสัมพันธ์

พบว่านอกจากระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันทำให้การให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายแตกต่างกันแล้ว การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกซื้อบริการนำเที่ยวเกาะสีชังแบบเหมาจ่ายนั้นนักท่องเที่ยวจะพิจารณาโดยให้ความสำคัญกับสิ่งต่อไปนี้เป็นหลัก

1. วันและเวลาในการเดินทาง
2. ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์
3. ความสะดวกสบายที่ได้รับ
4. ระดับราคาของแพคเกจทัวร์

5. โปรแกรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-26 สรุปความหมายของแต่ละปัจจัย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย	ความหมาย
ความสะดวกสบายที่ได้รับ	มีความสะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลาในการหาข้อมูล ไม่จำกัดพื้นที่พักหรือรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว
ชื่อเสียงของบริษัท	บริษัททัวร์ที่มีชื่อเสียง
ระดับราคาของแพคเกจทัวร์	ราคาเหมาะสม
โปรแกรมทัวร์	รายละเอียดโปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจ
ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์	ระยะเวลาตรงกับความต้องการ (เข้าไปเย็นกลับ, ทัวร์ 2 วัน 1 คืน, ทัวร์ 3 วัน 2 คืน)
ลักษณะที่พัก	ดีดแอร์, พัดลม, บังกะโลหรือห้องแถว
ลักษณะและคุณภาพของพาหนะที่ใช้เดินทาง	รถสองแถว, รถสกายแลป
วันและเวลาในการเดินทาง	วันและเวลาดำเนินทางตรงกับความต้องการ (เสาร์-อาทิตย์, วันหยุดนักขัตฤกษ์, วันธรรมดา)
ผู้ร่วมเดินทาง	มีคนรู้จักไปด้วย, กลุ่มใหญ่, กลุ่มเล็ก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	เพื่อให้ทราบข้อมูลข่าวสาร โดยได้จาก สื่อสิ่งพิมพ์, อินเทอร์เน็ต, เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการที่ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อแพคเกจ การท่องเที่ยวเกาะสีชังแบบเหมาจ่ายของนักท่องเที่ยวมาแล้ว ได้ผลตามที่กล่าวมาในบทที่ 4 บทนี้จะเป็นการสรุปการสำรวจในภาพรวมของการท่องเที่ยวเกาะสีชังในมุมมองของการนำเอาแนวคิดทางด้านโลจิสติกส์มาใช้ในการปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น โดยการสรุปผลการสำรวจครั้งนี้ได้นำข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งจากการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่อาศัยบนเกาะ ผู้วิจัยได้แยกประเด็นการนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. อภิปรายและสรุปผลการศึกษา
2. ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

อภิปรายและสรุปผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเกาะสีชังจากการแจกแบบสอบถามให้แก่ชาวบ้านและผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่บนเกาะจำนวน 5 คน พบว่าทุกคนมีความคิดเห็นตรงกัน โดยทุกคนต่างเห็นด้วยกับความจริงด้านการท่องเที่ยวที่เข้ามาและการที่จะมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้สภาพความเป็นอยู่และรายได้ของผู้ที่อยู่อาศัยบนเกาะดีขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก ชาวบ้านมีลู่วางทำมาหากินมากกว่าเดิม จากแต่ก่อนที่ทุกคนมีอาชีพการประมง หากไม่ทำการประมงก็ต้องย้ายไปอาศัยอยู่ที่อื่นเพื่อหารายได้มาจุนเจือครอบครัว แต่ตอนนี้สามารถอาศัยอยู่ที่บนเกาะได้เหมือนเดิมทั้งยังมีรายได้ดีขึ้น

แต่ความเจริญที่เข้ามาสู่เกาะ การมีรายได้ที่ดีและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นนั้น ส่งผลกระทบกับวิถีชีวิตชาวเกาะดั้งเดิมมาก ดังที่เราจะเห็นได้ว่านิสัยของคนท้องถิ่นเปลี่ยนไป คิดถึงผลประโยชน์ส่วนตัวมากขึ้น แย่งกันทำมาหากิน สภาพแวดล้อมและความเป็นธรรมชาติบนเกาะที่หายไป รวมถึงการที่มีขยะเกิดขึ้นจำนวนมากทั้งบนเกาะและในท้องทะเล ซึ่งตอนนี้ทางรัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณมาสร้างเตาเผาขยะขนาด 50 ตันขึ้นซึ่งคาดว่าจะเพียงพอ ในวันเสาร์-อาทิตย์เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมาเยอะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวดูคับแคบ ไม่เพียงพอ ควรมีการทำนุบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มากกว่าปัจจุบัน

คุณวินัส สมัน เข้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกาะสีชังมีความเห็นว่า ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเกาะสีชังได้รับความสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยวอาจเพราะมีการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ดังนั้นบนเกาะควรมีการพัฒนาด้านการบริการไปควบคู่ไปด้วย เนื่องจากโดนร้องเรียนบ่อยครั้งเรื่องความสะดวกสบาย และการบริการที่ไม่ดีไม่เหมาะสมต่อราคาโดยเฉพาะเรื่องเรือโดยสารที่สภาพเรืออยู่แล้วไม่มีความปลอดภัยเท่าที่ควร เนื่องจากเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวต้องเจอเมื่อเดินทางไปยังเกาะสีชัง

อีกทั้งในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นตัวทำรายได้ให้กับทางเกาะ อยากให้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น ทั้งในเรื่องความสะดวกและการทำนุบำรุงโบราณสถาน โดยเฉพาะหาดถ้ำพังซึ่งเป็นหาดสาธารณะเพียงหาดเดียว ที่เริ่มแออัด และสกปรกน่าจะมีกรขยายให้ใหญ่ขึ้น เนื่องจากไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

คุณดอน วงศ์ฉวีวรรณ นายท่าเรือ บริษัทสีชังพาลัส มีความเห็นต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวบนเกาะว่า การท่องเที่ยวช่วยชีวิตชาวเกาะได้มากในเรื่องความเป็นอยู่และการมีรายได้มาเลี้ยงครอบครัว จากแต่ก่อนบนเกาะมีแต่ชาวประมง และรถจักรยานใช้เท่านั้น การเดินทางข้ามฝั่งและบนเกาะค่อนข้างลำบาก ปัจจุบันชาวเกาะมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมาก แต่ความเจริญที่เข้ามาทำให้เกิดข้อเสียดังกล่าว เช่น มีนายทุนมาซื้อที่ดินบนเกาะเพื่อทำธุรกิจ

สรุปข้อเสนอแนะจากผู้อยู่อาศัยบนเกาะเพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงด้านการท่องเที่ยว

1. น่าจะมีการพิจารณาสร้างหาดเทียมขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
2. ควรมีการทำนุบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้ดูดีอยู่เสมอโดยการพิจารณาปรับปรุงจุดต่าง ๆ ในขณะเดียวกันควรมองถึงผลในระยะยาวด้วย
3. ควรมีการปรับปรุงด้านความปลอดภัยของเรือโดยสารและมารยาทการให้บริการของพนักงาน
4. ควรมีการปรับปรุงด้านมารยาท การให้บริการของผู้ให้บริการบนเกาะ
5. อยากให้มีการทำที่กันคลื่นลม เพราะในหน้าฝนจะมีลมแรงมากทำให้เรือเข้าจอดที่ทำไม่ได้
6. ควรมีการปรับปรุงขยายถนนให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้รถวิ่งได้สะดวก
7. ควรมีการปรับปรุงดูแลเรื่องความสะดวกให้มากขึ้น อาจจะต้องมีการจัดหน่วยงานขึ้นมาเพื่อมาดูแลด้านนี้โดยเฉพาะ

ผลจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเกาะสีชังจากการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว นำมาวิเคราะห์ข้อมูล สามารถอภิปรายและสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเกาะสีชังเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สถานภาพโสด มีช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี ถือเป็นช่วงวัยรุ่น วัยทำงาน ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ตั้งแต่ 15,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานบริษัท ถือว่ากลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวบนเกาะมีรายได้ปานกลาง สามารถนำไปกำหนดระดับราคาสินค้าทางด้านกรบริการบนเกาะได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มักกันเป็นกลุ่มกับเพื่อนสนิท ครอบครัว และคนรู้จัก ลักษณะการท่องเที่ยวมีทั้งมาแบบเช่าไป-เย็นกลับและพักค้างคืนในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ช่วงเวลาที่มาส่วนใหญ่เป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ส่วนใหญ่พบว่าเป็นการเดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก หรือครั้งที่สอง มีหลายคนตั้งใจมาเที่ยวอีกเป็นครั้งที่ 3-5 มักเดินทางมากันเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

การเดินทางบนเกาะ

การเดินทางบนเกาะไปยังจุดต่าง ๆ นั้น นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยเช่ามอเตอร์ไซด์ และใช้บริการสามล้อเครื่องสกายแลปเป็นส่วนใหญ่แล้วแต่จำนวนคนที่มาด้วยกันเพราะสะดวกสบาย แต่เห็นว่าอัตราค่าเช่ามอเตอร์ไซด์มีราคาแพงเกินไป ควรมีการคิดราคาให้สมเหตุผลมากกว่านี้ ป้ายบอกทางบนเกาะบางจุดไม่ชัดเจนทำให้หาสถานที่ท่องเที่ยวไม่เจอ ถนนบางช่วงแคบและอันตราย

การจองที่พักและลักษณะที่พัก

สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่จะพักค้างคืน ที่มาหาที่พักหลังจากเดินทางมาถึง กับการจองที่พักล่วงหน้าก่อนเดินทางมีความใกล้เคียงกัน ส่วนการจองผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย เพราะเห็นว่ามียาแพงกว่า มักเลือกพักที่รีสอร์ทที่ดูปลอดภัยมากกว่ากางเต็นท์ ด้านที่พักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าที่พักบนเกาะมีราคาแพงเกินไปไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ๆ และยังไม่มีความสะดวกสบายเท่าที่ควร อาจเนื่องจากการท่องเที่ยวบนเกาะเพิ่งจะเริ่มพัฒนาจึงยังมีที่พักให้เลือกไม่เยอะนัก การแข่งขันยังไม่สูง ทำให้เจ้าของกิจการสามารถกำหนดราคาได้เองตามใจชอบ

รูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไป

นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการซื้อแพคเกจการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความสะดวกสบาย ไม่มีการกำหนดเวลา สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย และที่สำคัญราคาประหยัดกว่ามาก

ความสนใจต่อบริการแพคเกจเหมาจ่าย

นักท่องเที่ยวความสนใจต่อบริการแพคเกจเหมาจ่ายมากถึง 70% แต่เนื่องจากเกะสีซึ่งมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าหากเป็นการพักผ่อนกินบนเกาะ ระยะเวลาเพียง 2 วัน 1 คืน น่าจะเพียงพอแล้ว ช่วงเวลาที่เหมาะสมและสะดวกที่สุดคือช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์และอาทิตย์) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่คือแพคเกจเหมาจ่ายมีความน่าสนใจ ในแง่ของความสะดวกสบายและเป็นการประหยัดเวลาในการค้นหารายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นราคาต้องประหยัดกว่าท่องเที่ยวด้วยตนเอง เมื่อเอาค่าใช้จ่ายมาเปรียบเทียบกัน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ บนเกาะ

บนเกาะ

ผลการสำรวจด้านความพึงพอใจในการบริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ บนเกาะทั้งหมด 3 ด้านคือ การเดินทางบนเกาะ, การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเกาะและด้านที่พักบนเกาะ พบว่า

ด้านการเดินทางบนเกาะ

นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจต่อระดับราคาของรถมอเตอร์ไซด์เช่าบนเกาะมากที่สุด เนื่องจากมีความเห็นว่ามีความแพงเกินไป ควรจะมีการปรับปรุง หรือมีมาตรการควบคุมในด้านราคาให้เหมาะสม

ด้านการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเกาะ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะในระดับปานกลาง เนื่องจากมีเพียงข้อมูลได้จากแผ่นพับที่ได้รับแจกจากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวเกาะสีชังที่นั่งประจำอยู่ที่ศูนย์ให้ บริการนักท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ตรงท่าเรือเท่านั้นที่จะทำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะ โดยเฉพาะเส้นทางไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจของเกาะสีชัง ป้ายบอกทางตามถนนไม่ค่อยชัดเจน มีอยู่เพียงบางจุดเท่านั้น

ด้านการที่พักบนเกาะ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านที่พักบนเกาะค่อนข้างน้อย เนื่องจากเห็นว่าราคายังแพงเกินไป ไม่เหมาะสมและยังขาดความสะดวกสบาย มารยาทพนักงานบางคนไม่ค่อยดีนัก ซึ่งอาจเนื่องมาจากที่พักบนเกาะยังมีอยู่น้อย บางช่วงไม่เพียงพอต่อความ

ต้องการ โดยเฉพาะในฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงสามารถตั้งราคาได้ตามอำเภอใจ ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งทำการพัฒนาและปรับปรุงในด้านการกำหนดราคาด้วย

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวเกาะสีชังอีก เนื่องจากจิตใจในความสงบสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง รวมถึงอรรถาศัยของชาวเกาะที่ทำให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย

ผลการสำรวจด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย พบว่า ปัจจัยโดยรวมทุกตัวมีความสำคัญกับการเลือกซื้อ การที่นักท่องเที่ยวจะพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย และมีปัจจัยอยู่หลายปัจจัยด้วยกันที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะในเรื่องความสะดวกสบายที่จะได้รับ ราคาของแพคเกจทัวร์ โปรแกรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์ รวมถึงวันและเวลาในการเดินทางด้วย

ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์ที่มีความเหมาะสม ส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะเป็นเวลา 2 วัน 1 คืน เพราะไม่ยาวนานจนเกินไป เนื่องจากเกาะสีชังเป็นเพียงเกาะเล็ก ๆ อีกทั้งบนเกาะไม่ค่อยมีกิจกรรมให้ทำมากนัก นอกจากเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ และตกปลา

ส่วนวันและเวลาเดินทางที่เหมาะสมควรจะเป็นพักผ่อนปลายสัปดาห์ คือวันเสาร์และวันอาทิตย์ เนื่องจากสะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ บนเกาะสีชังที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ บนเกาะสีชังมีความแตกต่างกันด้วย แต่รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลอาจเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ที่ค่อนข้างใกล้เคียงกันคือโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10,000-30,000 บาท

สมมติฐานที่ 2 ระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่าการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกบริการนำเที่ยวเกาะสีชังแบบเหมาจ่าย นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความความสะดวกสบาย ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์ ลักษณะที่พัก รวมถึงวันและเวลาในการเดินทางมากที่สุด

ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเกาะสีชัง โดยวิธีการลงพื้นที่สำรวจ แจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึงทั้งความคิดเห็นของทั้งนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและผู้ที่อยู่อาศัยบนเกาะ พบว่า

1. ควรมีการสร้างกิจกรรมบนเกาะให้มากขึ้น เช่น ที่ออกกำลังกาย สถานที่พักผ่อน กิจกรรมปั่นจักรยานรอบเกาะ เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงชาวบ้านบนเกาะยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ต่างฝ่ายต่างมองเพียงผลประโยชน์คือรายได้ของตนเป็นหลักเท่านั้นยังไม่มีความคิดในการร่วมมือกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีการทำการสำรวจแนวโน้มความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอว่ามีแนวโน้มไปในทิศทางใด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
3. การเดินทางไปยังเกาะสีชังโดยเรือโดยสารยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากสภาพเรือที่เก่า ไม่มีระบบดูแลความปลอดภัยของผู้โดยสาร จะเห็นได้ว่าบนเรือบางลำไม่มีเสื้อชูชีพฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรเร่งทำการพัฒนาโดยด่วน
4. เกาะสีชังเป็นเกาะที่เพิ่งได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวเมื่อไม่นานมานี้ จึงควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้มีข้อมูลข่าวสารไปถึงผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการหากิจกรรมบนเกาะเพิ่มเติมเพื่อให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
5. จุดท่องเที่ยวหลาย ๆ จุดและเส้นทางบนเกาะไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่ ทำให้มีความชำรุดทรุดโทรม ควรทำการปรับปรุงเพื่อให้เกิดทัศนียภาพที่ดี เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
6. อัตรากาบริการด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวบนเกาะสูงเกินไป ควรมีหน่วยงานภาครัฐมาควบคุมดูแลหรือมีการออกมาตรการมาควบคุมเพื่อไม่ให้เป็นการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจนเกินไป
7. มารยาทในการให้บริการลูกค้าเป็นสิ่งสมควรให้ความสำคัญเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้สึกลอยกลับมาใช้บริการซ้ำอีก
8. จากผลการวิเคราะห์ในเรื่องการพิจารณาเลือกซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในแพคเกจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำให้คาดการณ์ได้ว่าการทำบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายอาจเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่จะเข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวของทางเกาะได้ต่อไป แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องมีการจัดรูปแบบให้เหมาะสมทั้งในด้านราคา ระยะเวลา รวมถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้วย

9. จากการที่บนเกาะมีความเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยว ทำให้ความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้น มีรายได้ เพิ่มขึ้นแต่ก็ทำให้วิถีชีวิตของชาวบ้านเปลี่ยนไปด้วย เช่นมีการทำประมงน้อยลงหันมาค้าขายมากขึ้น เพื่อหารายได้จากนักท่องเที่ยว บนเกาะเกิดขยะมากขึ้น ความสวยงามและความเป็นธรรมชาติเปลี่ยนไป แต่ทุกคนบนเกาะมีความยินดีกับความเจริญนี้

จากการศึกษาโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการด้านการท่องเที่ยวบนเกาะสี่ซังเพียงในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวบนเกาะยังไม่ได้ให้ความสนใจกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรจะมีการปรับปรุงการบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจกับทัศนียภาพบนเกาะทำให้อยากกลับมาเที่ยวอีกในโอกาสต่อไป

แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวบนเกาะสี่ซังโดยอาศัยกลยุทธ์ความร่วมมือระหว่างส่วนต่าง ๆ ผ่านรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย รวมการบริการ เรือไป-กลับ รถนำเที่ยวรอบเกาะ และที่พัก จากที่ได้ทำการสำรวจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่นี้และมีความสนใจที่จะซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายเพื่อเที่ยวเกาะสี่ซังถ้าหากมีขึ้นเพราะคิดว่าน่าจะได้รับความสะดวกสบายกว่าและช่วยประหยัดเวลา แต่จะต้องพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1. ราคาต้องประหยัดกว่าและมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้วย
2. ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกสบายที่จะได้รับ
3. ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับแพคเกจจากการศึกษาคือ 2 วัน 1 คืน และเดินทางช่วงวันเสาร์-อาทิตย์

ผลสรุปที่ได้จากการศึกษานี้จึงสามารถนำไปวิเคราะห์การจัดรูปแบบบริการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายให้มีความน่าสนใจ เอาไปใช้ในการจัดระดับราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาการให้บริการได้ในโอกาสต่อไปเพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเกาะมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. จากข้อจำกัดเรื่องเวลาเพียง 2 วันในการทำการแจกแบบสอบถามและเรื่องของงบประมาณ ทำให้การเก็บข้อมูลยังครอบคลุมไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายในแง่ของการกระจายแบบสอบถาม และควรมีการมองถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยเพื่อให้ทราบถึงความต้องการครอบคลุมไปทุกกลุ่มเป้าหมาย
2. แบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามควรมีรูปแบบเป็นภาษาอังกฤษด้วยเพื่อให้ใช้ได้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย

3. ควรมีการศึกษาโดยการทำรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวออกมาหลาย ๆ รูปแบบอ้างอิง
จากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ศึกษามา นำมาให้นักท่องเที่ยวทำการเลือกเพื่อที่จะได้เห็น
แนวโน้มทิศทางการเลือกของกลุ่มเป้าหมาย และเอาผลมาใช้พัฒนารูปแบบด้านการท่องเที่ยวต่อไป

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บรรณานุกรม

- กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ. (2547). *การจัดการโซ่อุปทาน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2548). *การจัดการโลจิสติกส์*. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- คมสัน สุริยะ. (2548). *อุตสาหกรรมขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2552). *การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ*. ชลบุรี: คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยพิชชา ชัยชนะ. (2551). *การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- แพรวพรรณ บุญรัตพันธุ์. (2551). *บทบาทของโลจิสติกส์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะล้านอย่างยั่งยืน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการขนส่ง และ โลจิสติกส์, คณะ โลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). *การจัดธุรกิจนำเที่ยว*. เชียงใหม่: มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปนัดดา ตันติวัฒนพานิช. (2550). *การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งระหว่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการขนส่ง และ โลจิสติกส์, คณะ โลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กฤษิต เจริญมี. (2551). *การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบชำระค่าภาษีอากรศุลกากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการขนส่ง และ โลจิสติกส์, คณะ โลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2545). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ:

จุฬาราชวิทยาลัย, 1.

ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย. (2548). *การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ*. จุฬาราชวิทยาลัย, 1.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศุภเดช ชัยวัฒน์. (2551). *การวางแผนอุปสงค์ธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะล้านเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการขนส่ง และโลจิสติกส์, คณะโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ดร. ศิวรัตน์ ณ ปทุม ดร. สุรกิจ เทวกุล และดร. ปริญ ลัทธนิพนธ์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคขั้นสูง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ยูเรก้า จำกัด.

วิทยา สุหฤทธดำรง. (2546). *วิธีแห่งลोजิสติกส์และโซ่อุปทาน*. กรุงเทพฯ: อี ไอ สแควร์ พิมพ์ซึ่ง. เว็บไซต์การท่องเที่ยวเกาะสีชัง วันที่ค้นข้อมูล 26 กรกฎาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.si-chang.com/>

เว็บไซต์สำนักงานสถิติแห่งชาติ วันที่ค้นข้อมูล 16 กันยายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th/>

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ:แมคกรอ-ฮิล.

สุทธิมา ชำนาญเวช. (2546). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ:วิทย์พัฒน์.

อารีวรรณ เสริมวิลาศกุล. (2547). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมายอำเภอพิมาย*. จังหวัดนครราชสีมา: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Assael, H. (1998) *Consumer behavior and Marketing Action* (6th ed.) Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.

Gerson, R.F. (1993). *Measurement customer satisfaction*. Menlo Parks, CA: Crisp Publication.

Giese, J.L., & Cote, J.A. (2000) Defining consumer satisfaction. *In Academy of marketing science review*. Retrieved July 15, 2009, from <http://www.amsreview.grg/articles/giese01-2000.pdf>

Gronroos, C. (2000) *Service Management and Marketing: A Customer Relationship management approach* (2nd ed.) Chichester, UK: John Wiley & Sons.

Hoyer, W.D. & MacInnis, D.J. (2001) *Consumer Behavior* (2nd ed.). Boston, MA : Houghton Mifflin Company

Kotler, P. (2003) *Marketing Management* (11th ed.) Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall

Lovelock, C.H. (1996) *Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall

Martin, W.B. (1991). *Managing quality customer service*. London: Kogan Page.

Moven, J.C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior* (5th ed.) Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Schiffman, L.G., & Kanuk. L.L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Educational International.

Taylor, S.A., & Cronin, J.J. (1994). *Modeling patient satisfaction and service quality*. *Journal of health care marketing*, 14(1), 34-44.

Yamane, T. (1973) *Statistics : An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

เรื่องศึกษาแนวทางการพัฒนาโดจิสติกส์การท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในกระบวนการค้นคว้าอิสระ ระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา ใช้เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาเที่ยวบนเกาะสีชัง ซึ่งนอกจากใช้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาแล้ว ยังจะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อสรุปที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป โดยคำตอบของท่านจะใช้เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านครั้งนี้

ผู้ศึกษา

นางสาวจิรัชญา แก้วจ้อน

รหัส 51923391

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

คำชี้แจง ให้ตอบแบบสอบถามนี้โดยใส่เครื่องหมาย x ลงใน () ในข้อที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

- | | | |
|------------|---------------------|-------------------------------|
| 1. เพศ | 1 () ชาย | 2 () หญิง |
| 2. สถานภาพ | 1 () โสด | 2 () สมรส |
| 3. อายุ | 1 () ต่ำกว่า 20 ปี | 2 () 20-40 ปี |
| | 3 () 41-50 ปี | 4 () มากกว่า 50 ปี ระบุ..... |

4. ระดับการศึกษา 1 () ต่ำกว่าปริญญาตรี 2 () ปริญญาตรี
3 () สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้ต่อเดือน 1 () ไม่เกิน 10,000 บาท 2 () 10,000-15,000 บาท
3 () 15,001-30,000 บาท 4 () มากกว่า 30,000 บาท
6. อาชีพ 1 () นักศึกษา 2 () ข้าราชการ
3 () พนักงานบริษัท 4 () เจ้าของกิจการ
5 () นักท่องเที่ยว 6 () อื่นๆ ระบุ.....

.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นครั้งที่ 1 () ครั้งแรก 2 () ครั้งที่ 2
3 () ครั้งที่ 3-5 4 () มากกว่าครั้งที่ 5
2. ระยะเวลาการท่องเที่ยวครั้งนี้ 1 () ไปเข้า-เย็นกลับ 2 () ค้างคืน.....คืน
3. ผู้ร่วมเดินทาง 1 () มากคนเดียว 2 () 2-5 คน
3 () มากกว่า 5 คน (โปรดระบุ.....คน)
4. ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว 1 () ช่วงวันธรรมดา 2 () ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์
3 () ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์
5. การเดินทางบนเกาะ 1 () เช่ามอเตอร์ไซด์
2 () ใช้บริการสามล้อ “สกายแล็ป”
3 () ใช้บริการรถสองแถว
4 () อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
6. การจองที่พักบนเกาะ 1 () ติดต่อจองที่ไว้ล่วงหน้าก่อนเดินทางด้วยตัวเอง
2 () ติดต่อจองที่ไว้ล่วงหน้าก่อนเดินทางผ่านตัวแทนท่องเที่ยว
3 () มาหาที่พักหลังจากมาถึง

7. การหาข้อมูลพักบนเกาะ 1 () ทาง website (ระบุ.....)
- 2 () ทางตัวแทนท่องเที่ยว (บริษัททัวร์)
- 3 () ทางหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ (ระบุ.....)
- 4 () ทางอื่นๆ (ระบุ.....)
8. ที่พักบนเกาะ 1 () ไม่พัก
- 2 () โรงแรม เกสเฮาส์ (ชื่อ.....)
- 3 () กางเต้นท์
9. โดยปกติท่านเดินทางท่องเที่ยวในประเทศทั่วไป ท่านท่องเที่ยวในรูปแบบใด
- 1 () ท่องเที่ยวด้วยตนเอง
- 2 () ซื้อแพคเกจนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ
10. หากมีบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (เรือไป-กลับ, ที่พัก รวมบริการพาเที่ยวชมรอบเกาะ 1 วัน) ในราคาพิเศษ ท่านมีความสนใจหรือไม่
- 1 () สนใจ เพราะ
- 2 () ไม่สนใจ เพราะ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

คำชี้แจง ให้ตอบแบบสอบถามนี้โดยใช้เครื่องหมาย x ลงใน () ในช่องว่าง

ท่านมีความคิดเห็นต่อการเดินทางบนเกาะนี้อย่างไร

ความพึงพอใจต่อการเดินทางบนเกาะ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การให้บริการของรถนำเที่ยวบนเกาะ					
2. ค่าบริการของรถนำเที่ยวบนเกาะ					
3. ราคาของมอเตอร์ไซด์เช่าขับเอง					
4. สภาพเส้นทางบนเกาะ					
5. ความสะดวกในการเดินทางไปยังจุดต่างๆบนเกาะ เช่น ความชัดเจนของป้ายบอกทางบนเกาะ					

ท่านมีความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวบนเกาะนี้อย่างไร

ความพึงพอใจต่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยวบนเกาะ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. แผ่นพับ					
2. เว็บไซต์ของทางตำบลเกาะสีชัง					
3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะ					
4. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์บนเกาะ					
5. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับเกาะสีชังตามแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วารสารการท่องเที่ยว และอื่นๆ					

ท่านมีความคิดเห็นต่อที่พักบนเกาะนี้อย่างไร

ความพึงพอใจต่อที่พัก	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การให้บริการ					
2. ราคาเหมาะสม					
3. ความสะอาดสบายของที่พัก					
4. ความสะอาดสบายในการจองที่พัก					

ท่านจะเดินทางกลับมาเที่ยวยังเกาะแห่งนี้หรือไม่ 1 () กลับมาอย่างแน่นอน

2 () ไม่น่าจะไปอีก

3 () ไม่มาอย่างแน่นอน

ท่านคิดว่าหากท่านจะตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายเพื่อเที่ยวบนเกาะสีชัง อะไรเป็นปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด (ให้ระบุอย่างน้อย 3 ปัจจัย)

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการปรับปรุงการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

คำชี้แจง ให้ตอบแบบสอบถามนี้โดยใส่เครื่องหมาย x ลงใน () ในช่องคำตอบที่ท่านเห็นว่ามีส่วนต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด

ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	ระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความสะดวกสบายที่ได้รับ					
2. ชื่อเสียงของบริษัทที่รับจัดการการท่องเที่ยว					
3. ระดับราคาของแพคเกจทัวร์					
4. รายละเอียดโปรแกรมการท่องเที่ยว					
5. ระยะเวลาของแพคเกจทัวร์ (เข้าไปเย็นกลับ, ทัวร์ 2 วัน 1 คืน, ทัวร์ 3 วัน 2 คืน)					
6. ลักษณะที่พัก (ดีดแอร์, พัดลม)					
7. ลักษณะและคุณภาพของยานพาหนะที่ใช้เดินทาง					
8. วันและเวลาในการเดินทาง (เสาร์-อาทิตย์, วันหยุดนักขัตฤกษ์, วันธรรมดา)					
9. ผู้ที่ร่วมเดินทางด้วย (มีคนรู้จักไปด้วย, กลุ่มใหญ่, กลุ่มเล็ก)					
10. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์, อินเทอร์เน็ต, เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)					

ขอขอบคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูง

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยบนเกาะ

แบบสัมภาษณ์โครงการวิจัย
เรื่องศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ ถูกจัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษากระบวนการค้นคว้าอิสระในระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้อาศัยบนเกาะสีชังที่มีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะ ซึ่งนอกจากเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาแล้ว ยังจะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อสรุปที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป โดยคำตอบของท่านจะใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านครั้งนี้

ผู้ศึกษา

นางสาวจิรัชญา แก้วจ้อน

รหัส 51923391

ส่วนที่ : ข้อมูลทั่วไป

- | | | |
|------------------|--------------------------------|-----------------|
| 1. เพศ | 1 () ชาย | 2 () หญิง |
| 2. ความสัมพันธ์ | 1 () ผู้อาศัยบนเกาะสีชัง | |
| | 2 () ผู้ประกอบการที่พักบนเกาะ | |
| | 3 () ผู้ประกอบการขนส่งบนเกาะ | |
| | 4 () ผู้ประกอบการร้านอาหาร | |
| 3. อายุ | 1 () ต่ำกว่า 20 ปี | 2 () 20-40 ปี |
| | 3 () 41-50 ปี | |
| 4. ระดับการศึกษา | 1 () ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2 () ปริญญาตรี |
| | 3 () สูงกว่าปริญญาตรี | |

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่เกาะสีชังจะมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี

1 () เห็นด้วย

2 () ไม่เห็นด้วย

ความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าการที่เกาะสีชังกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจบนเกาะ

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าการที่เกาะสีชังกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมบนเกาะ

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าการที่เกาะสีชังกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตชาวบ้านบนเกาะ

.....

.....

.....

5. ในมุมมองของท่านซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่นี้มานาน โดยส่วนตัวท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะอย่างไร

ดี เพราะว่า

.....

.....

.....

ไม่ดี เพราะว่า

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยว มาพักผ่อนบนเกาะเซะในช่วงไหน

.....

.....

.....

7. เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้นบนเกาะนี้ ท่านอยากให้มีการปรับปรุงเรื่องใดเป็นอันดับแรก

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการปรับปรุงการท่องเที่ยวบนเกาะสีซัง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูง

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวจิรัชญา แก้วจ้อน
วัน เดือน ปี เกิด	26 เดือนกันยายน พุทธศักราช 2519
สถานที่เกิด	ลำปาง
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	179/135 หมู่ 5 ซ. 7 ถนนเศรษฐกิจ ตำบลบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2542 – 2547	เจ้าหน้าที่นำเข้า-ส่งออก บริษัทเพอร์มาสติลลิซ่า (ไทยแลนด์) จำกัด
พ.ศ. 2547 - 2552	Customer Service Manager บริษัท แวนด้าแพค จำกัด
พ.ศ. 2552 - ปัจจุบัน	Export Manager บริษัท แวนด้าแพค จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2538 - 2541	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาฝรั่งเศส มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2551 - 2553	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการขนส่งและ โลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยบูรพา