

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

พ.ม.สน.รช.จ.บ.ร.อ. ๖.๖๖๖/๒๕๖๑

ความสนใจและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

อารีรัตน์ ตันทองศักดิ์กุล

๖.๖๖๖. ๒๕๖๒

256887

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม ๒๕๖๒

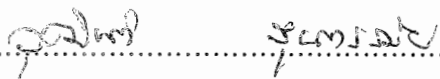
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

รับส่งเอกสาร


๖.๖๖๖. ๒๕๖๒


อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ อารีรัตน์ ต้นทนงศักดิ์กุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

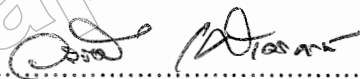
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)


..... กรรมการ
(ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรณีย์ เดียววิเศษ)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พชณี นนทศักดิ์)

วันที่.....10.....เดือน.....สิงหาคม.....พ.ศ.2552

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์เรื่อง ความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือนที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาและช่วยเหลือจากหลายท่าน ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. วรณิ เดียววิเศษ และ ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร กรรมการที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้าเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ อันเป็นที่รัก และบุคคลในครอบครัวต้นตองศักดิ์กุล ที่คอยเป็นกำลังใจและเป็นแรงผลักดันให้เข้มแข็งในการศึกษาตลอดมา ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพที่ยิ่งใหญ่และเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโท SMEs รุ่น 5 ที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา รวมทั้งท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้เอ่ยนาม ที่ให้ความอนุเคราะห์และมีส่วนช่วยเหลือทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำการศึกษาในครั้งนี้ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อารีรัตน์ ต้นตองศักดิ์กุล

50928113: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ความสนใจ/ ความพึงพอใจ/ การบริการด้านท่องเที่ยว/ เกาะสีชัง ชลบุรี/
ผู้เยี่ยมชม

อารีรัตน์ ดันทนงศักดิ์กุล: ความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการ
บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี (THE INTEREST AND SATISFACTION OF
TOURISTS IN HOSPITALITY & TOURISM BUSINESS ON SICHANG ISLAND,
CHONBURI PROVINCE). อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, Ph.D., 106 หน้า.
ปี พ.ศ. 2552

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสนใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง
จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน เกาะ
สีชัง จำนวน 250 คน โดยแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยว 200 คน และนักท่องเที่ยว 50 คน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย
แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) และใช้ระยะเวลา 1 เดือน ในเดือนเมษายน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการ
ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย Scheffe

ผลการศึกษาความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
พบว่าผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.8 มีอายุ 18 - 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 56.8 มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะ สีชังเป็นครั้งแรก ร้อยละ 62.0
ผู้ร่วมเดินทางมากที่สุดคือเพื่อน ร้อยละ 62.8 และได้รับรู้ข้อมูลของเกาะสีชังจากเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 42.8

ด้านความสนใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้เยี่ยมชม มีความ
สนใจใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ร้อยละ 76.4 ผู้เยี่ยมชมมีความสนใจต้องการใช้บริการสรวายน้ำมากที่สุด ร้อยละ
35.2 ผู้เยี่ยมชมมีความสนใจใช้กิจกรรมพายเรือมากที่สุด ร้อยละ 23.6 ผู้เยี่ยมชมมีความสนใจต้องการใช้กิจกรรมดำน้ำ ดูปะการัง
มากที่สุด ร้อยละ 52.8

ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า คือ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านช่อง
ทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการจัดสภาพ
สิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้าน
ร้านอาหาร คือ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการจัด
สภาพสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของ
ผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก คือ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ด้าน
การบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และ
ได้รับรู้ข้อมูลของเกาะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการบริการร้านอาหาร เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และได้รับรู้ข้อมูลของเกาะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการบริการร้านของ
ฝากของที่ระลึก เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และได้รับรู้ข้อมูลของเกาะ มีความ
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

50928113: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT;

M.M. (MASTER OF MANAGEMENT)

KEY WORDS: INTEREST/ SATISFACTION/ HOSPITALITY & TOURISM

BUSINESS/ SICHANG ISLAND/ CHONBURI PROVINCE

AREERAT TUNTANONGSKUL: THE INTEREST AND SATISFACTION OF
TOURISTS IN HOSPITALITY & TOURISM BUSINESS ON SICHANG ISLAND,
CHONBURI PROVINCE. ADVISORS: VUTTICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A. 106 P. 2009.

The Objectives of this research 1) To study the interest of tourists influence in Hospitality & Tourism business on Sichang Island, Chonburi Province. 2) To study the satisfaction of tourist that influence in Hospitality & Tourism business on Sichang Island.

For the research methodology, I use sampling method to choose some respondents from a total group of respondents, and draw a conclusion to that total population. It is more saving method to do sampling, according to time, money and labor. I conducted 250 pieces of questionnaire. The total population I selected is 250 for tourists 200 persons and excursionists 50 persons to answer my questionnaires for one month (April). I analyzed data in form of percentage, average, standard deviation (s.d.), T-test, and One-way anova.

The result from the study interest and satisfaction of tourists in Hospitality & Tourism business on Sichang Island is most of the respondents are male 52.8% who have age between 18-25 years old and educated in bachelor degree 56.8%. They have income at level below ten thousand baht a month 40%. They visited the island at the first time 62% and traveled with their friends 62.8%. And they got the information about this place from their friends.

I can conclude from the tourist's interests that most of them concern about food & beverage 76.4%. Secondly, activity like scuba driving 52.8%. Pool service 35.2% and activity to paddle 23.6% respectively.

The level of tourist satisfactions in 6 factors; Service, Location or distributor, Marketing tool, Personality of staff, Process in service and, Environment influence on car rental business are high. Price is in medium level. The level of tourist satisfactions in 5 factors; Service, Location or distributor, Personality of staff, Process in service and, Environment influence on restaurants are high. Price and Marketing tool are in medium level. The level of tourist satisfactions in 6 factors; Service, Price, Location or distributor, Marketing tool, Personality of staff, Process in service and, Environment influence on souvenir shops are high.

The result from comparing, there is a difference in the levels of tourist satisfactions on the car rental businesses if classified by gender, age, education, income, frequency of travelling, partners, and source of information at the significance level 0.05. There is a difference in the levels of tourist satisfactions on the restaurants if classified by gender, age, income, and source of information at the significance level 0.05. There is a difference in the levels of tourist satisfactions on the souvenir shops if classified by gender, age, income, frequency of travelling, partners, and source of information at the significance level 0.05.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior).....	7
แนวคิดการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดการบริการ.....	10
ทฤษฎีความพึงพอใจ (Expectancy Disconfirmation).....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	19
รูปแบบการวิจัย.....	19
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	20
เครื่องมือในการวิจัย.....	20
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย.....	21
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	26
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม	27
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจใช้บริการและกิจกรรม ของผู้เยี่ยมชม ที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	29
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้าน ท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	31
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่าง 7 ด้านในประเภทของการ บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม	44
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการศึกษาวิจัย	77
อภิปรายผล	84
ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	95
ภาคผนวก	97
ภาคผนวก ก	98
ภาคผนวก ข	107
ภาคผนวก ค	118
ประวัติย่อของผู้วิจัย	120

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1	ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม เจ้าหน้าที่ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เคยมา เกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง..... 27
4-2	ความสนใจลักษณะบริการที่ใช้และต้องการใช้ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี 29
4-3	ความสนใจลักษณะกิจกรรมที่ใช้และต้องการใช้ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี..... 30
4-4	ประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชัง 31
4-5	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านการบริการโดยรวม 32
4-6	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านราคาโดยรวม..... 32
4-7	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม..... 33
4-8	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม..... 33
4-9	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านบุคลากรโดยรวม 34
4-10	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านกระบวนการโดยรวม 34
4-11	ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม โดยรวม 35
4-12	ค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า..... 35
4-13	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านการบริการโดยรวม 36
4-14	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านราคาโดยรวม 36
4-15	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม 37
4-16	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม..... 37
4-17	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านบุคลากรโดยรวม 38
4-18	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านกระบวนการโดยรวม..... 38
4-19	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวม 39
4-20	ค่าบริการด้านร้านอาหาร 39
4-21	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านการบริการโดยรวม..... 40
4-22	ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านราคาโดยรวม 40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-23 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม.....	41
4-24 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม.....	41
4-25 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านบุคลากร โดยรวม	42
4-26 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านกระบวนการ โดยรวม.....	42
4-27 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม โดยรวม.....	43
4-28 ค่าบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก	43
4-29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	44
4-30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามอายุ	45
4-31 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านบุคลากร.....	45
4-32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	46
4-33 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ.....	47
4-34 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ	47
4-35 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	48
4-36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามรายได้.....	48
4-37 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านราคา	49

สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-38	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพแวดล้อม..... 49
4-39	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง 50
4-40	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 51
4-41	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพแวดล้อม 51
4-42	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง 52
4-43	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม ในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านราคา..... 52
4-44	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 53
4-45	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านบุคลากร 53
4-46	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จัก 54
4-47	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านราคา..... 55
4-48	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเพศ 55
4-49	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามอายุ 56
4-50	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา..... 57

สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามรายได้	57
4-52 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการบริการ	58
4-53 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านราคา	59
4-54 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ	59
4-55 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด	60
4-56 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง	60
4-57 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง	61
4-58 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จัก	62
4-59 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ	63
4-60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเพศ	63
4-61 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามอายุ	64
4-62 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด	65
4-63 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-64 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามรายได้	66
4-65 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการบริการ	67
4-66 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านราคา	67
4-67 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ	68
4-68 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด	68
4-69 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านบุคลากร	69
4-70 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านกระบวนการ	69
4-71 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	70
4-72 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง	70
4-73 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ	71
4-74 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง	71
4-75 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ	72
4-76 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามแหล่งข้างสารที่รู้จัก	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-77	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการบริการ..... 74
4-78	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านบุคลากร..... 74
4-79	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ 75
4-80	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ... 76

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากประเทศไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงเวลาปลายปี 2551 ที่ผ่านมา แต่ปัญหาดังกล่าวได้รับความร่วมมือในการคลี่คลาย โดยการให้ความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การปรับลดงบประมาณในทุกส่วนราชการ ค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว โครงการไทยเที่ยวไทย ไทยใช้ไทยเจริญ รวมไปถึงโครงการต่อเนื่องที่จะตามมา ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติอีกทางหนึ่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) จากนโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยการจัดงาน "เที่ยวทั่วโลก" ผลตอบรับดีเกินคาด ช่วยลดปัญหาปลดคนงาน และเปิดงานอีกครั้งปลายปี อีกทั้งรัฐบาลมีโครงการให้เงินแก่ผู้มีรายได้น้อยเป็นจำนวนเงิน 2,000 บาท เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีการจูงใจให้มูลค่าเพิ่มซื้อแพคเกจเที่ยวในประเทศอีก 300 บาท

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการช่วยเหลือจากงานนี้มาก เชื่อว่าการปลดคนงานจะทุเลาไปได้ระดับหนึ่ง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และมีแผนจะจัดงานมหกรรมเที่ยวทั่วโลกอีกครั้งในปลายปีนี้

เนื่องจากจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการผลิต เพราะมีภูมิประเทศที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ ภูมิประเทศส่วนใหญ่อยู่ติดกับชายทะเล และมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่ขึ้นชื่อของจังหวัดชลบุรี ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดมีการลงทุนทางธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกิดการขยายตัวทางด้านธุรกิจต่าง ๆ และยังส่งผลให้เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้ ซึ่งนับได้ว่าจังหวัดชลบุรีถือเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเกาะสีชังเป็นหนึ่งในเขตการปกครองของจังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ ตรงกันข้ามกับอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ห่างจากจังหวัดชลบุรี ประมาณ 35 ก.ม. อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 117 ก.ม. และห่างจากศรีราชาประมาณ 12 ก.ม. รวมเนื้อที่ประมาณ 7.9 ตารางกิโลเมตร ประชาชนอาศัยอยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะสีชัง เกาะสีชังเป็นเกาะขนาดเล็กที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เกาะหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากว่าในอดีตเคยเป็นสถานที่เสด็จประพาสและเป็นที่พักของพระเจ้าแผ่นดินของกรุงรัตนโกสินทร์ถึง 3 พระองค์คือ

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๔

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๕

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๖

โดยเฉพาะรัชกาลที่ 5 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชฐานบนเกาะขึ้นเป็นแห่งแรก เพื่อเป็นที่ประทับในฤดูร้อน พร้อมพระราชทานนามว่า "พระจุฑาธุชราชฐาน" ตามพระนามของพระราชโอรสที่ประสูติบนเกาะแห่งนี้

ตามหลักฐานธรณีวิทยาเชื่อได้ว่า เกาะสีชังเกิดจากแนวเทือกเขาดอนกลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีจุดรวมเริ่มต้นที่ภาคใต้ของมณฑลยูนนานและเป็นเทือกเขาแนวยาวแยกกระจายลงมาทางใต้ 3 แนว แล้วจวมหายลงไปในทะเล และ โผล่พื้นน้ำกลายเป็นเกาะต่าง ๆ แนวเทือกเขาดอนกลางก่อให้เกิดเกาะสีชัง รวมทั้งเกาะอื่น ๆ ซึ่งก็คือยอดเขาที่โผล่พื้นน้ำนั่นเอง จึงประกอบด้วยภูเขาและโขดหินเป็นส่วนใหญ่ แต่เนื่องจากการสึกกร่อนมานานจึงทำให้มีพื้นที่ราบอยู่บ้างจากการวิเคราะห์ลักษณะทางธรณีวิทยาของเกาะสีชังพบว่า เกาะสีชังเกือบทั้งหมดเกิดจากการก่อตัวของหินปูน (Limestone) และจะมีบางส่วนทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ แหวมทำวังเป็นแนวยาวไปทางใต้จนถึงแหลมหินขาวและบริเวณทางทิศตะวันตกของปลายแหลมตอนใต้ของเกาะจะเกิดจากการก่อตัวของหินอัคนี (Granite) ดังนั้น จากลักษณะทางธรณีวิทยาดังกล่าวพบว่า จะมีอุปสรรคและข้อจำกัดต่อการพัฒนาไม่ว่าความยากง่ายหรืองบประมาณในการก่อสร้างและเกาะสีชังยังเป็นท่าเรือนานาชาติสำหรับให้เรือขนาดใหญ่ที่ไม่สามารถเข้าไปยังท่าเรือกรุงเทพฯ ได้ระบายนสินค้าที่นี้ก่อน (เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี, 2552)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าจังหวัดชลบุรีเป็นเมืองแห่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการผลิต ขนาดใหญ่ และเช่นเดียวกัน เกาะสีชังก็เป็นหนึ่งในอาณาเขตการปกครองของจังหวัดชลบุรี ซึ่งเกาะสีชังยังถือว่าเป็นสถานที่ที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้เยี่ยมชมเยือนการที่ทราบถึงความต้องการ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเกาะสีชัง จะสามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการจะเข้ามาลงทุนในเขตเกาะสีชัง และยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ทำการศึกษามาสร้างเป็นโอกาสให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ได้ หรือสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้วในเขตเกาะสีชัง ให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต ซึ่งยังจะส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเข้ามาเที่ยวที่เกาะสีชังเพิ่มมากขึ้น และตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในวันข้างหน้า

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

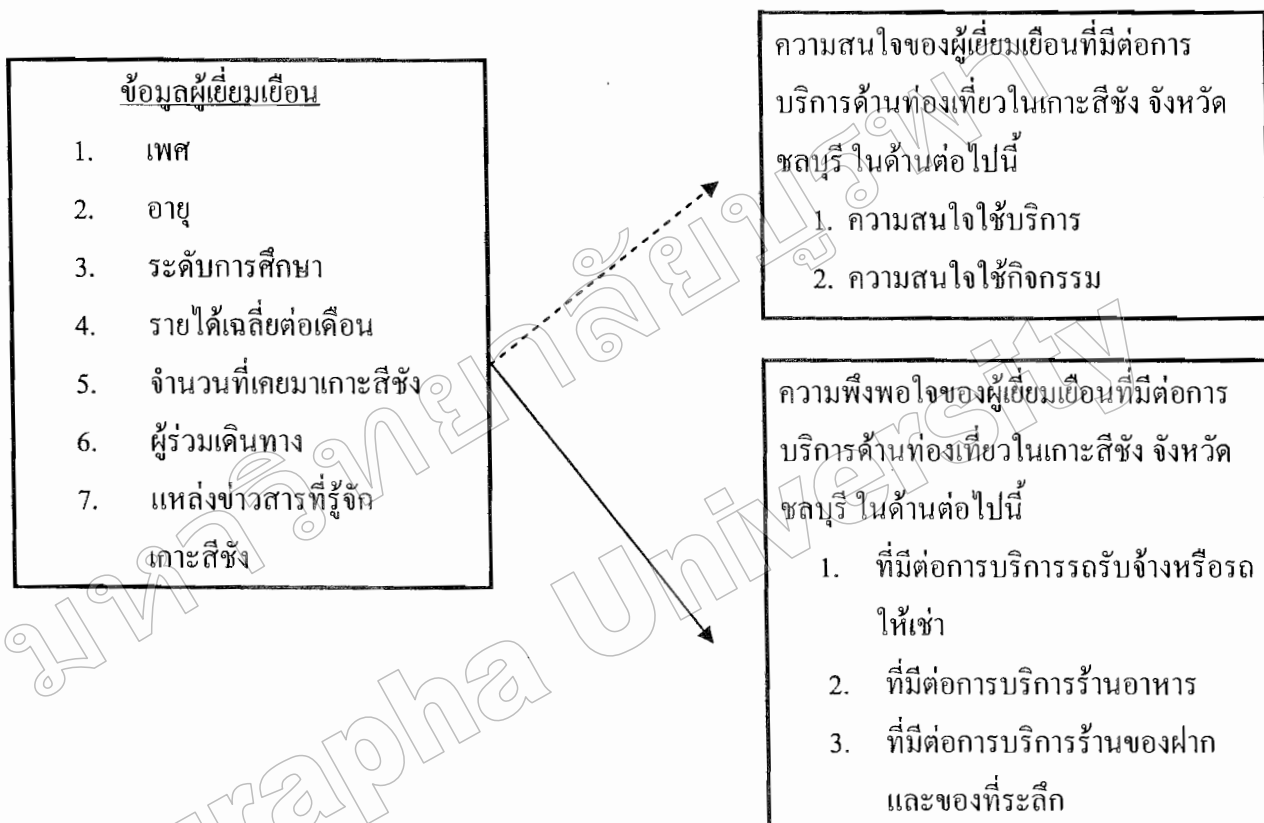
สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน
2. อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน
4. รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน
5. จำนวนครั้งที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน
6. ผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน
7. แหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

หมายเหตุ

- > ทำการทดสอบเฉพาะความสนใจ ใช้บริการและกิจกรรมของผู้เยี่ยมชม
- > ทำการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลผู้เยี่ยมชมและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม ที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
2. ได้ทราบถึงความสนใจและความต้องการของผู้เยี่ยมชม ที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
3. ได้นำผลการศึกษาวิจัยไปเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ที่สนใจจะไปลงทุนในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี
4. ได้นำผลการศึกษาวิจัยไปเผยแพร่ในชุมชนที่มีส่วนร่วม ในการพัฒนาการบริการในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี เพื่อที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงความพึงพอใจในด้านการบริการต่างๆ ของผู้เยี่ยมชม ให้มีระดับความพึงพอใจที่ดียิ่งขึ้น และทำให้ผู้เยี่ยมชมเหล่านั้นกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง ความสนใจและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งขอบเขตการวิจัยประกอบด้วย

1. ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง โดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2552
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอนตามฤดูกาลท่องเที่ยว ประกอบกับภาวะทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงเลือกขนาดตัวอย่าง โดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการเลือกตัวอย่างดังกล่าว จึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามปัจจัยด้านเวลา และทรัพยากรในการทำวิจัยนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมกลุ่มของผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชังจำนวน 250 คน โดยแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยว 200 คน และนักท่องเที่ยว 50 คน เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน
3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) ของเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 เป็นระยะเวลา 1 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกของจิตใจ ที่จดจ่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความรู้สึกของบุคคล ที่มีต่อธุรกิจบริการใดบริการหนึ่ง

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและหรือความประทับใจของผู้เยี่ยมชมที่เป็นผลมาจากความต้องการของผู้เยี่ยมชมที่ได้รับการตอบสนองในเรื่องการให้บริการในเกาะสีชัง

การบริการ หมายถึง การบริการแก่ผู้เยี่ยมชม ที่มาท่องเที่ยวบนเกาะสีชังประกอบด้วย การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินธุรกิจ ด้านการให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชม ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

ท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิง เยี่ยมญาติหรือการไปร่วม ประชุมแต่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพักอยู่เป็นถาวร

ผู้เยี่ยมชม (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากสถานที่อื่นพักนัถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็น การชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การ ประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในการระหว่างการเดินทาง ดังกล่าว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผู้เยี่ยมชมที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน

1. ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 365 วัน ในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”
2. ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้นหรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Excursionist or Same Day Visitor)”

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้ประมวลแนวคิด ความสัมพันธ์ ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดการท่องเที่ยว
3. แนวคิดการบริการ
4. ทฤษฎีความพึงพอใจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการใช้ง่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้ง่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนเกี่ยวข้องกับการกระบวนการตัดสินใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นพฤติกรรมด้านจิตใจ และทางกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ คือ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ต้องการและสภาพปัจจุบันซึ่งมากพอที่จะกระตุ้น เราทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ (Engel, Blackwell & Miniard, 1993, pp. G - 8) หรือหมายถึงเป็นความจริงที่ผู้บริโภคทราบความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่ควรจะเป็น (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 663) ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจ มีสิ่งที่ต้องพิจารณา 3 ประการในการรับรู้ถึงความต้องการคือ

1. ข้อมูลได้เก็บไว้ในความทรงจำ
2. มีความแตกต่างกันภายในบุคคลหรือขอบเขตปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Field)
3. มีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม หรือปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Environment) การทำงานเหล่านี้ทำงานภายในจิตใจของแต่ละบุคคลและร่วมกันในการกำหนดความต้องการ
 2. การค้นหาข้อมูล (Search for Information) หรือการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Purchase Search) ขั้นตอนนี้เริ่มต้นจากขั้นที่หนึ่งเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็น จึงจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ แหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ
 1. แหล่งข้อมูลภายใน (Internal Search) หรือแหล่งข้อมูลโดยอาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยา (Psychological field)
 2. แหล่งข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นข้อมูลจากสื่อมวลชน พนักงานขาย การโฆษณา ฯลฯ
 3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) หมายถึง ขั้นตอนขั้นที่ 3 ของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ไม่เป็นกิจวัตรซึ่งทางเลือกต่าง ๆ มีการประเมินและเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Engel, Blackwell & Miniard, 1993, pp. G - 1) ในขั้นนี้จำเป็นจะต้องอาศัยเกณฑ์ในการประเมิน ซึ่งประกอบด้วย มาตรฐานและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบระหว่าง ตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จากการซื้อและการบริโภค โดยมีการแสดงในรูปแบบของคุณสมบัติที่พึงพอใจมากกว่า
 4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ การซื้อโดยทั่วไป เกิดขึ้นในร้านค้าปลีก แต่อย่างไรก็ตามอาจเกิดขึ้นในบ้านหรือสำนักงานของลูกค้าก็ได้
 5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) หรือ ผลลัพธ์ภายหลังการซื้อ (Postpurchase Outcome) เกิดขึ้นหลังจากซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ถ้าเป็นไปตามคาดหวังไว้ผลลัพธ์ก็คือความพึงพอใจ (Satisfaction) แต่ถ้าผลลัพธ์ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ผลก็คือความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

แนวคิดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งในสังคม ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับระบบอื่น ๆ ของสังคมอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในขณะที่การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากระบบการเมือง เศรษฐกิจ

หรือระบบอื่น ๆ ของประเทศ การท่องเที่ยวก็มีอิทธิพลต่อระบบเหล่านั้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ภายในระบบการท่องเที่ยวก็ยังมีระบบย่อย ๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันเช่นกัน

การพิจารณาการท่องเที่ยวในเชิงระบบจะทำให้เข้าใจสภาพและการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ ต้องพิจารณาระบบย่อย และองค์ประกอบ หน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสำคัญขององค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ระบบการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้ 2 ระบบ ย่อยดังต่อไปนี้ คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากรนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) เป็นส่วนของอุปสงค์ในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การตลาดอาจพิจารณาได้ทั้งตัวนักท่องเที่ยวเอง กิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ในแต่ละระบบย่อยซึ่งได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบอีกด้วย สิ่งแวดล้อมนอกระบบ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคม และทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศวิทยานกบิน ในน้ำและอากาศ ตลอดจนการบริหารการปกครองพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้นอกจากจะมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในทางอ้อมแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและโดยอ้อมด้วย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือนักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวและธุรกิจอุตสาหกรรม สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมเข้าไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อุตสาหกรรมของคนไทย สาธารณูปโภคประเภทต่าง ๆ

ลักษณะและส่วนประกอบของสินค้าท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่

ประการแรก สินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาตินั้นก็มีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะตัวอย่างเช่น ชายหาด น้ำตก ภูเขาและสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวทำได้ยากและต้นทุนสังคมในการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมสูง

ประการที่สอง ความปลอดภัยและสาธารณูปโภคเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งมักต้องใช้งบลงทุนมาก จึงจะสามารถให้บริการในราคาถูกลงได้ ประเทศสิงคโปร์เป็นตัวอย่างที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวที่ไร้สิ่งจูงใจ แต่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก ทั้งที่สิงคโปร์เป็นเพียงเกาะเล็ก ๆ ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากความมีประสิทธิภาพของระบบสาธารณูปโภค เช่น การสื่อสารโทรคมนาคม ระบบการคมนาคม การบริการด้านสุขอนามัย สาธารณะ และระบบความปลอดภัย

ประการที่สาม คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นนับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ โดยเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบที่หลากหลายคือ ประเภทที่ใช้ทุนแรงงาน หรือวัฒนธรรมอย่างเข้มข้น มีผู้ประกอบการทั้งใหญ่และเล็ก รวมถึงเศรษฐกิจทั้งในและนอกระบบ (Informal Sector) เช่น แผงลอยขายอาหาร รถรับจ้างร้านค้าแผงลอย เป็นต้น (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ, 2546)

แนวคิดการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือ ประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นทางการให้บริการอาจจะให้ควบคุมไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ (Kotler, 1994) การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป ดังนั้น การบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความพยายาม การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใด ๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะมีได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ เหมือนการครอบครองสินค้า (Berry, 1980)

Kotler (1994) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งการบริการนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเป็นเจ้าของ และไม่สามารถจับต้องได้ ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้ การบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปเมื่อเกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการ ดังนี้

1. ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจะไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไร จนกว่ากิจกรรมบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ลูกค้าสามารถหยิบ จับ ตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ การ

บริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ การรับประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นได้เคยใช้บริการมาแล้ว

2. สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนที่การซื้อจะเกิดขึ้น กล่าวคือ ผู้ซื้อ หรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้า เหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนี้ การซื้อบริการก็เป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ ประสบการณ์เดิม และการฟังคำบอกเล่าจากผู้อื่น ที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้น ๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับ แล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการดังกล่าว

3. ลักษณะที่แบ่งแยกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการ การผลิต และการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างกันไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอน เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้เป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกัน แต่ต่างเวลากัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใด ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของ แต่เป็นกิจกรรม หรือกระบวนการของการกระทำนั้น

ทฤษฎีความพึงพอใจ (Disconfirmation Model)

Heung (2000) นักวิจัยกลุ่มแรก ๆ ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจ โดยนักวิจัยทั้งสองได้พยายามเชื่อมโยงความพึงพอใจของลูกค้ากับการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการจริงกับความคาดหวัง ซึ่งหลักการนี้ถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของทฤษฎีความพึง

พอใจ (Disconfirmation Model) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความสำคัญและใช้กันแพร่หลายที่สุดในการอธิบายหลักการของความพึงพอใจ แนวคิดของทฤษฎีความพึงพอใจ มีอยู่ว่า ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบกันระหว่าง ความคาดหวังของลูกค้าใน สินค้าและบริการ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงก่อนการซื้อ กับความจริงที่ลูกค้าได้รับในช่วงหลังการซื้อ (Oliver, 1980; 1989 อ้างถึงใน Bowen, 2001) ผู้บริโภคจะทำการประเมินเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับความรู้สึกที่ได้รับจริง และก่อให้เกิดสถานการณ์สามประการคือ

1. ความผิดหวัง (Negatively Disconfirmed) ในกรณีที่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าต่ำกว่าความคาดหวัง ก็คือความไม่พอใจ
2. เป็นที่พอใจ (Positively Disconfirmed) ในกรณีที่ลูกค้ารู้สึกว่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าสูงกว่าความคาดหวังซึ่งจะก่อให้เกิดความพอใจ
3. ความมั่นใจ (Confirmed) ในกรณีที่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าเท่ากับความคาดหวัง ในกรณีนี้ลูกค้าจะรู้สึกเฉย ๆ อยู่ในสถานะกลาง

องค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีความพึงพอใจ ก็คือ

1. ความคาดหวัง
2. การรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับ (สินค้า และบริการ)
3. การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้
4. การประเมินการเปรียบเทียบซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกระหว่างพอใจหรือไม่พอใจ

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการประเมินสินค้าและบริการโดยใช้ความคาดหวังเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ และการประเมินนี้เกิดขึ้นหลังการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

นอกเหนือจากทฤษฎีความพึงพอใจ แล้วยังมีทฤษฎีอื่น ๆ อีก 3 ทฤษฎี ที่ได้อธิบายถึงความพึงพอใจซึ่งประกอบด้วย การแจกจ่าย (Attributions) ความเท่าเทียม (Equity) และอารมณ์ (Emotion)

การแจกจ่าย

ทฤษฎีการแจกจ่าย กล่าวถึง การรับรู้สาเหตุของการเกิดมาซึ่งเหตุการณ์ต่าง ๆ นักวิชาการหลายท่าน (เช่น Folkes, 1984 อ้างถึงใน Bowen, 2001) ได้ใช้หลักการนี้อธิบายเชื่อมโยงไปยังความพึงพอใจของผู้บริโภคว่า ก่อนที่ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับนั้น ผู้บริโภคจะค้นหาเหตุผลหรือ สาเหตุมาใช้ประกอบการพิจารณา ซึ่งสาเหตุแห่งการเกิดมาซึ่งเหตุการณ์จะมีผลต่อความพึงพอใจ ถ้าหากว่าผลของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับจริง แตกต่างจากความคาดหวังมาก ๆ ลูกค้าจะหาเหตุผลเพื่ออธิบายสาเหตุของความแตกต่าง ถ้าเหตุผล

เพียงพอ (โดยเฉพาะในกรณีที่ผลจริงต่ำกว่าความคาดหวังมาก) ลูกค้าอาจยอมรับได้และไม่เกิดความไม่พอใจ

ทฤษฎีความเท่าเทียม

ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความรู้สึกถึงความเท่าเทียมกันหรือความ ยุติธรรม Fisk and Coney, (1982); Fish and Yong (1985 อ้างถึงใน Bowen, 2001) ได้อธิบายหลักการของทฤษฎีความเท่าเทียมว่าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบซึ่งกันและกันระหว่าง อัตราส่วนของ ป้อนข้อมูล (Input) และปริมาณของสิ่งที่ได้ (Output) ของตนเองและของลูกค้าคนอื่น นั่นก็หมายถึงลูกค้าจะตั้งคำถามว่าสิ่งที่ตนได้รับในรูปแบบของสินค้าและบริการนั้นเท่าเทียมกับลูกค้าคนอื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือง่ายเท่ากันกับเขาหรือไม่ หรือลูกค้าคนอื่นมีสิทธิพิเศษกว่าตนในรูปแบบที่ได้รับบริการที่ดีกว่าหรือสินค้าที่มีคุณภาพสูงกว่าหรือราคาที่ต่ำกว่าตน ความไม่เท่าเทียมกันนี้เองที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ

ทฤษฎีอารมณ์

เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ใช้ในการอธิบายการเกิดของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้า อารมณ์ของผู้บริโภค โดยปกติแล้วจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เสมอและอารมณ์นี้เองที่มีผลอย่างมาก ต่อระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค Havlena and Holbrook (1986 อ้างถึงใน Bowen 2001) ถ้าหาก ผู้บริโภคมีอารมณ์ที่ดีมากอยู่ก่อนแล้วก็จะมีความพึงพอใจกับสินค้าหรือบริการ แม้แต่ในเวลาที่ได้รับสินค้าหรือบริการในระดับที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ในทางกลับกันถ้าลูกค้า อารมณ์เสียอยู่ก่อนแล้วก็จะมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจกับประสบการณ์การใช้สินค้าหรือบริการ ถึงแม้ว่าสินค้าและบริการนั้นจะมีคุณภาพสูงเพียงใด

จากทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าทฤษฎีความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ อธิบายความพึงพอใจได้ดีที่สุด จัดได้ว่าเป็นทฤษฎีหลัก ส่วนอีก 3 ทฤษฎีนั้นเป็นทฤษฎีเสริมที่ช่วย อธิบายความถึงพอใจให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะทั้ง 3 ทฤษฎีนี้ยังคงอ้างอิงถึงหลักการของทฤษฎีความ พึงพอใจ ที่ว่าด้วยการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับความจริงที่ได้รับ โดยมีปัจจัย 3 ปัจจัย (ทฤษฎี) นี้เป็นสิ่งที่มียุทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ

บทบาทความพอใจของลูกค้าที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันนี้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกทำให้ทุก ๆ องค์กรต้องก้าวสู่ความเป็นสากล (Internationalization) และเมื่อโลกย่อขนาดเล็กลงเนื่องจากกระแส โลกาภิวัตน์ (Globalization) โลกได้กลายเป็นสังคมของข่าวสาร ความสะดวกในการคมนาคม ทำให้การเดินทางไปมาระหว่าง ประเทศกลายเป็นเรื่องธรรมดาของคนจำนวนไม่น้อย การได้พบได้เห็นได้รับบริการในประเทศ ต่าง ๆ แทบทั่วโลก ทำให้เกิดการประเมินเชิงเปรียบเทียบ (Benchmarking) การแข่งขันในการ

ให้บริการเพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นนับแต่นี้เป็นต้นไปการบริการจะต้องสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก (Worldclass Competitiveness)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการ ก็เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมบริการอื่น ๆ ที่ไม่สามารถหนีพ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ได้ จึงเป็นผลให้การแข่งขันกัน ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งทางด้านราคา และ คุณภาพ ที่ประกอบด้วยทั้งคุณภาพการบริการ ซึ่งถือเป็นสินค้าหลักในอุตสาหกรรมนี้ และ คุณภาพของสินค้าที่จับต้องได้ที่ใช้ประกอบการบริการ ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น แหล่งท่องเที่ยวใดที่หวังจะอยู่รอดในการแข่งขันในยุคปัจจุบันได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างความพึงพอใจให้ นักท่องเที่ยว (ลูกค้า) ให้อยู่ในระดับที่สูงกว่าคู่แข่งเสมอ สิ่งนี้จะสัมฤทธิ์ผลไม่ได้ถ้าหาก แหล่งท่องเที่ยวนั้นขาดความพร้อมในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการสร้างภาพประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ก่อนที่ความพร้อมนี้จะบังเกิดขึ้นมาได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการวางแผนกำหนดนโยบายการพัฒนาที่ชัดเจน เพื่อให้องค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมนี้ได้ใช้เป็นทิศทางในการดำเนินธุรกิจต่อไป

การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญและถือเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง โดยภาพรวมและแผนการตลาด เช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ อยู่หลายประการ

ประการแรก ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นตัวประเมินชี้วัดและสะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของ อุปทานที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นนำเสนอ โดย วัดจากมุมมองของแขกผู้มาเยือน (ลูกค้า) ข้อมูลนี้จะชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าองค์กรประกอบต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Products) มีข้อดี ข้อเสียอย่างไร บ่งบอกว่าจุดใดควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นจนถึงระดับที่นักท่องเที่ยวพอใจ

ประการที่สอง การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งเป็นหัวใจของการตลาด เพราะการแข่งขันปัจจุบันทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องทำให้ลูกค้า (นักท่องเที่ยว) เกิดความพึงพอใจสูงสุดมากกว่าคู่แข่งเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะการวางแผนพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดนั้น จะก่อให้เกิดประโยชน์สำคัญตามมาหลายประการทั้ง ทางด้านการตลาด และการดำเนินการเช่นเดียวกับธุรกิจทั่วไปดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนองสาเหตุของการศึกษาความพึงพอใจข้างต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี งานวิจัยที่กล่าวถึงต่อไปนี้เป็นงานวิจัยที่มีเนื้อหาการวิจัยที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยที่ศึกษา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

พรพิชญ พรหมสีวะพัลลภ และคณะ (2548) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อคือ 1. เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่ 2. เพื่อทราบปัญหา และ อุปสรรค ของแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่รวบรวมอยู่ในกรอบการวิจัยประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังต่อไปนี้คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การคมนาคมขนส่งและ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมสันทนาการต่างๆ (Activities) และ สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) ประกอบกับปัจจัยหลักของความพึงพอใจ คือ คุณภาพการบริการ คุณภาพสินค้า และราคา เป็นองค์ประกอบสำคัญของการวิจัย ผลการวิจัยที่ได้จากนักท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกือบทุกผลิตภัณฑ์ในทั้งสามจังหวัด จัดอยู่ในกลุ่มระดับ พอใจ ที่พักเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็น ที่พึงพอใจมากที่สุดของทั้งสามจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภูเก็ต และ กระบี่ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสามจังหวัดโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากกว่ากระบี่ และกระบี่มากกว่าพังงา ตามลำดับ ซึ่งเจ้าบ้านก็มีความเห็นสอดคล้องกับความเห็นของ นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าทั้งสาม จังหวัด มีปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวหลายประการที่คล้ายกัน โดยเฉพาะปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

ณัฐวดี เกษสมบุรณ์ (2547) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยพฤติกรรมการใช้บริการด้านช่วงเวลาในการใช้บริการอยู่ในช่วงเวลา 19.01 น. - ปิดบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการด้านวันที่ใช้บริการคือวันจันทร์-วันศุกร์ สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฟิตเนส ของผู้บริโภค ในภาพรวมให้น้ำหนักการตัดสินใจมาก โดยให้น้ำหนักการตัดสินใจ

มากด้านการบริการ เป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจุลดิศเขาใหญ่รีสอร์ทแอนด์สปาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญกับมูลเหตุจูงใจด้านโรงแรมโดยรวมและรายด้านในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบมูลเหตุจูงใจจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ รายได้ อาชีพ จำนวนครั้งที่เข้าพัก และผู้ร่วมพักต่างกัน มีมูลเหตุจูงใจด้าน โรงแรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีมูลเหตุจูงใจด้านราคาห้องพักและด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เข้าพักต่างกันมีมูลเหตุจูงใจด้านราคาห้องพักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับผลการวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจุลดิศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสภาพห้องพัก และราคาห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ รายได้ อาชีพ จำนวนครั้งที่เข้าพัก และผู้ร่วมพักต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคาห้องพักแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสภาพห้องพักแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เข้าพักต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกันและนักท่องเที่ยวไทยที่มีผู้ร่วมพักต่างกัน มีความพึงพอใจด้านชื่อเสียงของ โรงแรม และด้านราคาห้องพักแตกต่างกัน และผลจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของมูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า มีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยของมูลเหตุจูงใจด้าน โรงแรมมากกว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมทั้งโดยรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รัชนิพร ก้อนคำ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการของ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการที่เข้าพัก โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้จักโรงแรมจากการแนะนำของเพื่อน และเลือกมาใช้บริการเอง มีความถี่ในการเข้าพัก 2-3 ครั้งต่อปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว สำหรับความคาดหวังต่อการให้บริการของ โรงแรมโดยรวมและเป็นรายด้านจาก โรงแรม 2 ดาว และ 3 ดาว อยู่ในระดับมาก แต่มีความคาดหวังต่อการบริการดังกล่าวจาก โรงแรมระดับ 4

ดาว อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้รับบริการมีการรับรู้การให้บริการจริงจากโรงแรมโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ การสร้างความมั่นใจ การตอบสนองต่อลูกค้าได้ทันท่วงที ความเชื่อถือได้ การดูแลเอาใจใส่ และสิ่งสัมผัสได้ อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการจากโรงแรมระดับ 2 ดาว 3 ดาว และ 4 ดาว มีความคาดหวังต่อการให้บริการของโรงแรมโดยรวมและเป็นรายด้านมากกว่า การรับรู้จากการได้รับบริการจริงจากโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยสรุป ผู้รับบริการมีการรับรู้การให้บริการและความคาดหวังการได้รับบริการจากโรงแรมอยู่ในระดับมาก และมีความคาดหวังการได้รับบริการมากกว่าการได้รับบริการจริงจากโรงแรม ซึ่งข้อเสนอนี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างเหมาะสมต่อไป

จักรพันธ์ นาคสุข (2551) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์กีฬาสระว่ายน้ำ สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-31 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 5,000-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย โดยมีจำนวนครั้งต่อเดือนที่มาใช้บริการเฉลี่ย 11-20 ครั้ง สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของศูนย์กีฬา สระว่ายน้ำ สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ในลักษณะที่มีคุณภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะภายนอก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการดำเนินงาน และอัตราค่าบริการพบว่า

1. ด้านลักษณะภายนอก

1.1 มิติด้านพนักงานที่ให้บริการ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับที่มีคุณภาพ เมื่อเรียงลำดับข้อความเกี่ยวกับการให้บริการด้านพนักงานที่ให้บริการจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน การมีอัตราชัยไมตรีและความเต็มใจในการบริการ ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ความรู้ของพนักงานในการให้คำแนะนำหรือตอบข้อสงสัย และการให้บริการโดยใช้วาจาสุภาพ ตามลำดับ

1.2 มิติด้านสถานที่ตั้งอยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับที่มีคุณภาพ เมื่อเรียงลำดับข้อความเกี่ยวกับการให้บริการในมิติด้านสถานที่ตั้ง จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางไป-มาสะดวก ความสะอาดของพื้นที่บริเวณโดยรอบ ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ ความสวยงามและความร่มรื่นของพื้นที่บริเวณโดยรอบ ความสะอาดทั้งภายนอกและภายในของตัวอาคาร ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ และการตกแต่งทั้งภายนอกและภายในของตัวอาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ ตามลำดับ

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับที่มีคุณภาพ เมื่อเรียงลำดับข้อความเกี่ยวกับการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่าขนาดและความชัดเจนในรายละเอียดของป้ายกฎ ระเบียบสำหรับการใช้บริการ ความพอเพียงของผู้ฝากของสำหรับผู้ใช้บริการ ความพอเพียงของห้องสุขา มาตรฐานของอุปกรณ์สำหรับว่ายน้ำที่มีบริการให้เช่ายืม ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งตู้ฝากของสำหรับผู้ใช้บริการ ความพอเพียงของห้องอาบน้ำ ขนาดของป้ายบอกทาง ความสะอาดของผู้ฝากของสำหรับผู้ใช้บริการ ความสะอาดของห้องอาบน้ำ และความสะอาดของห้องสุขา ตามลำดับ

3. ด้านกระบวนการดำเนินงาน ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับที่มีคุณภาพ เมื่อเรียงลำดับข้อความเกี่ยวกับการให้บริการด้านกระบวนการดำเนินงาน จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ความเหมาะสมของช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วในการชำระค่าบริการในแต่ละครั้งที่มาใช้บริการ การติดต่อและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการรับทราบ ความจริงจังในการบังคับใช้กฎ ระเบียบ สำหรับการเข้าใช้บริการ การจัดการดูแลความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเข้ามาใช้บริการ และการจัดช่องทางสำหรับแจ้งความคิดเห็นหรือคำติชมจากผู้ใช้บริการ ตามลำดับ อัตราค่าบริการ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับที่มีคุณภาพ เมื่อเรียงลำดับข้อความเกี่ยวกับการให้บริการด้านอัตราค่าบริการ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ความหลากหลายของประเภทและระดับของอัตราค่าบริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการอุปกรณ์สำหรับว่ายน้ำ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในการเข้าใช้บริการ ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุปคือ หลังจากผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่ต้องการศึกษาค้นได้กล่าวมาแล้ว โดยกลั่นกรองออกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ตัวแปรและข้อคำถามในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยที่สอดคล้องเหมาะสม ซึ่งความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยว นั้น ขึ้นอยู่กับการให้บริการ คือ ผู้ประกอบการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านร้านอาหาร ด้านร้านของฝากของที่ระลึก ต้องมีความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจ และความสนใจของผู้เยี่ยมชมที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้เยี่ยมชม ที่จะเป็นส่วนในการที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ประสบผลสำเร็จ ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ อันประกอบไปด้วย ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดการท่องเที่ยว แนวคิดการบริการ และทฤษฎีความพึงพอใจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษา “ความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยียนที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี” ผู้ทำการวิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ปฐมภูมิ และทุติยภูมิเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

รูปแบบการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการศึกษา ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยมุ่งศึกษาความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยียนที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2552

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอนตามฤดูกาลท่องเที่ยว ประกอบกับภาวะทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงเลือกขนาดตัวอย่าง โดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการเลือกตัวอย่างดังกล่าว จึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามปัจจัยด้านเวลา และทรัพยากรในการทำวิจัยนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมกลุ่มของผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำนวน 250 คน โดยแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยว 200 คน และนักท่องเที่ยว 50 คน เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน

วิธีการเลือกตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งมุ่งศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non Probability Sample) คือวิธีการเลือกตัวอย่างความสะดวก ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง การเลือกตัวอย่างจะ

กระจายไปตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ พระจุฑาธุชราชฐาน ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ช่องอิศริยาภรณ์ หาดถ้ำเขาพัง เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษาจากตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล รวมไปถึงประโยชน์ที่จะได้รับในการวิจัยครั้งนี้ โดยให้การแนะนำการกรอกแบบสอบถามจากผู้วิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างที่เต็มใจและตั้งใจในการตอบแบบสอบถาม หลังจากนั้นผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามที่ได้รับนำมาตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งนี้โดยผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูล ณ เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี และการเก็บตัวอย่างดำเนินการในวันธรรมดากุ (จันทร์ - ศุกร์) ของเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 เป็นระยะเวลา 1 เดือน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire)

สำหรับการสร้างแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) โดยการสำรวจสถานที่ และการใช้วิธีการสื่อสารกับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดในการศึกษาความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ผลงานวิจัยจากห้องสมุด ตลอดจนแนวคิดจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ การค้นหาข้อมูลได้จาก อินเทอร์เน็ต และรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ จากห้องสมุดของสถาบันการศึกษารวมถึงแหล่งข้อมูลสาธารณะ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้ มาสร้างแบบสอบถาม ซึ่งโครงสร้างของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด โดยคำถามปลายปิดมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบหรือสองคำตอบ (Multiple Choice Questions and Dichotomous Questions) ทั้งนี้ส่วนคำถามปลายเปิดจะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งเป็นการให้ข้อเสนอแนะ แบบสอบถามในส่วนของผู้เยี่ยมชมแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง โดยมีคำตอบให้เลือกได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนที่เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสนใจ ต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยความสนใจบริการ และความสนใจกิจกรรม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามด้านความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือนที่เข้ามาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ประกอบด้วย คำถามที่ให้ผู้เยี่ยมเยือนประเมินความพึงพอใจต่อการบริการที่มีต่อ การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก โดยเป็นการศึกษาการให้ระดับความพึงพอใจโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ค่าคะแนน	5
พึงพอใจมาก	ค่าคะแนน	4
พึงพอใจปานกลาง	ค่าคะแนน	3
พึงพอใจน้อย	ค่าคะแนน	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	ค่าคะแนน	1

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบสเกลการวัดความพึงพอใจ โดยประเมินค่าจากสูตร (มัลลิกา บุญนาค, 2537, หน้า 29) คือ

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามด้านข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดจะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

1. ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) หลังจากสร้างแบบสอบถามพร้อมนำเสนอคณะอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์เพื่อตรวจแก้ไขและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่านตรวจสอบคุณภาพ การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญและผู้รอบรู้เฉพาะเรื่อง จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาทำการวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะของคำถาม (Index of Consistency)

โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยกำหนดให้มีแบบเลือกคำตอบ 1 คำตอบจาก 3 คำตอบ คือ สำคัญ ไม่แน่ใจ และไม่สำคัญ และจัดช่องเพื่อเติมคำตอบในการแก้ไขปรับปรุงข้อคำถาม โดยให้มีการแทนค่าคำตอบ ดังนี้

สำคัญ คะแนน เท่ากับ +1

ไม่แน่ใจ คะแนน เท่ากับ 0

ไม่สำคัญ คะแนน เท่ากับ -1

เมื่อได้แบบสอบถามกลับคืนแล้ว ผู้วิจัยทำการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Consistency: IOC) โดยใช้สูตร ตามที่ ซีรดา ปานนุ้ย (2552, หน้า 24-25) ได้เสนอไว้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมจากคะแนนรายข้อที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยแล้ว ค่า IOC ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 ขึ้นไป จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จึงต้องถูกตัดทิ้ง ซึ่งผลที่ได้ทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 จึงไม่มีข้อคำถามที่ต้องตัดทิ้ง จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปทำการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ให้ผู้ตอบกรอกได้รับการทดสอบก่อนลงสนามจริง (Pre-test) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยการใช่แบบสอบถามทั้งหมด 25 ชุด เมื่อได้ผลมาแล้ว จึงนำมาตรวจสอบด้านการใช้ภาษา การสื่อสาร ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากเป็นปัญหา จึงแก้ไขปรับปรุงเพื่อสามารถนำไปใช้งานสนามจริง

นอกจากการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมชัดเจน ของแบบสอบถามตามวิธีข้างต้นแล้ว การศึกษานี้ได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ศึกษานี้มีคุณภาพในการวัดค่า หรือศึกษาตรงตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ศึกษา

ค่าความเชื่อมั่น

แบบสอบถามที่ปรับปรุงใหม่นี้ ได้ถูกนำไปใช้ทดลองจริงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยการใช่แบบสอบถามทั้งหมด 25 ชุด และนำผล

การทดสอบก่อนการใช้งานจริงมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายใน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ คอนบราคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้สูตรตามที่ รัตนา สิริพานิช (2532, หน้า 182-185) ได้เสนอไว้

$$R_\alpha = \frac{k}{k-1} \frac{(1 - \sum S_i^2)}{St^2}$$

เมื่อ r_α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
 k คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 $\sum S_i^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ
 St^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทุกข้อ

ผู้วิจัยนำผลจากการทดสอบก่อนการใช้งานจริงมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายใน ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละด้าน (ชุด) คือ ค่าอัลฟา ทุกค่าที่ได้สูงกว่าเกณฑ์ ค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งจากการศึกษานี้ได้ค่าอัลฟาสูงกว่า 0.70 ทุกค่า (Nunnally, 1978 อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 82) จึงมีค่าความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับได้ตามจำนวนข้อ ดังนี้

แบบสอบถามด้านความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นภายในแบบคอนบราค ดังนี้

บริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า	ค่าความเชื่อมั่น
1. ปัจจัยด้านการบริการ	0.8341
2. ปัจจัยด้านราคา	0.8686
3. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	0.8100
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.8544
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	0.8136
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.8131
7. ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	0.8262
รวม	0.8524

256887

๑
๑๑๐.๑๖
๐๖๖๑๓

บริการด้านร้านอาหาร	ค่าความเชื่อมั่น
1. ปัจจัยด้านการบริการ	0.8204
2. ปัจจัยด้านราคา	0.8393
3. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	0.8112
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.8021
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	0.8230
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.8029
7. ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	0.8812
รวม	0.8488
บริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก	ค่าความเชื่อมั่น
1. ปัจจัยด้านการบริการ	0.9033
2. ปัจจัยด้านราคา	0.7817
3. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	0.8691
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.7792
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	0.8190
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.7817
7. ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	0.7498
รวม	0.8449

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (The Statistic Package for Social Sciences) Version 11.5 โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม
- 1.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์
- 1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
- 1.4 ประมวลผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ ผู้เยี่ยมชมคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สำหรับค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจใช้บริการและกิจกรรม ของผู้เยี่ยมชม ที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และนำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติพื้นฐาน หาค่าสูงที่สุด (Max) ค่าต่ำที่สุด (Min) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เยี่ยมชม โดยกำหนดช่วงคะแนนตามเกณฑ์ (ประกอบ กรรณสูตร, 2542) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้ การบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนที่เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง วิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยและเมื่อพบความแตกต่างของตัวแปร จึงใช้วิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัย เรื่อง ความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยเก็บข้อมูลจากผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 250 ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ ตามลำดับดังนี้

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจใช้บริการและกิจกรรม ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่าง 7 ด้านในประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้การบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
Max	แทน	ค่าสูงสุด
Min	แทน	ค่าต่ำที่สุด
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบเอฟ (F-test)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบที (T-test)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง

	ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	132	52.8
	หญิง	118	47.2
2.	อายุ		
	18-25 ปี	111	44.4
	26-35 ปี	68	27.2
	36-45 ปี	45	18.0
	46-55 ปี	22	8.8
	มากกว่า 56 ปีขึ้นไป	4	1.6
3.	ระดับการศึกษา		
	ประถมศึกษา	13	5.2
	มัธยมศึกษา	40	16.0
	อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส	27	10.8
	ปริญญาตรี	142	56.8
	ปริญญาตรีขึ้นไป	28	11.2
4.	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	100	40.0
	10,001 – 20,000 บาท	88	35.2
	20,001 – 30,000 บาท	31	12.4
	30,001 บาทขึ้นไป	30	12.0

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

	ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
5.	เคยมาเกาะสีชัง		
	มาครั้งแรก	155	62.0
	เคยมา 1 ครั้ง	70	28.0
	เคยมา 2 ครั้ง	21	8.4
	เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	4	1.6
6.	ผู้ร่วมเดินทาง		
	คนเดียว	15	6.0
	เพื่อน	157	62.8
	ครอบครัว/ญาติ	78	31.2
7.	แหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง		
	เพื่อน	107	42.8
	ญาติครอบครัว	48	19.2
	เว็บไซต์	50	20.0
	นิตยสาร วารสาร	7	2.8
	โบรชัวร์ แผ่นพับ	16	6.4
	หนังสือพิมพ์	4	1.6
	รายการโทรทัศน์	18	7.2
	รวม	250	100

จากตารางที่ 4-1 พบว่าผู้เยี่ยมชมจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.8 เพศหญิง ร้อยละ 47.2 ส่วนใหญ่อายุ 18-25 ปี ร้อยละ 44.4 รองลงมา คืออายุ 26-35 ปี ร้อยละ 27.2 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.8 รองลงมา คือมัธยมศึกษา ร้อยละ 16.0 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 40.0 รองลงมา คือรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 35.2 และส่วนใหญ่มาครั้งแรก จำนวน 155 คน ร้อยละ 62.0 รองลงมา คือเคยมา 1 ครั้ง จำนวน 70 คน ร้อยละ 28.0 และส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 157 ร้อยละ 62.8 รองลงมา คือเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ จำนวน 78 คน ร้อยละ 31.2 และส่วนใหญ่รับรู้แหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังทางเพื่อน จำนวน 107 คน ร้อยละ 42.8 รองลงมา คือทางเว็บไซต์ จำนวน 50 คน ร้อยละ 20.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจใช้บริการและกิจกรรม ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

2.1 ความสนใจลักษณะบริการที่ใช้และต้องการใช้ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-2 ความสนใจลักษณะบริการที่ใช้และต้องการใช้ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริการ	ใช้		ต้องการใช้		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คาราโอเกะ	38	15.2	75	30.0	137	54.8
สระว่ายน้ำ	45	18.0	88	35.2	117	46.8
นวดแผนไทย	64	25.6	77	30.8	109	43.6
อาหารและเครื่องดื่ม	191	76.4	32	12.8	27	10.8
ซื้อของฝาก ของที่ระลึก	138	55.2	46	18.4	66	26.4
ไปรษณีย์และส่งของ	47	18.8	46	18.4	157	62.8
อินเทอร์เน็ต	57	22.8	59	23.6	134	53.6
รถสองแถว รับส่งรอบเกาะ	85	34.0	63	25.2	102	40.8
รถมอเตอร์ไซด์	108	43.2	42	16.8	100	40.0
บริการพาเที่ยวรอบเกาะโดยสกายแล็ป	113	45.2	35	14.0	102	40.8
ร้าน ล้างอัด ถ่ายรูป	26	10.4	59	23.6	165	66.0
ร้านกาแฟสด	61	24.4	50	20.0	139	55.6
อื่น ๆ	0	0	0	0	250	100.0

จากตารางที่ 4-2 พบว่าผู้เยี่ยมชมจำนวน 250 คน ใช้บริการคาราโอเกะ จำนวน 38 คน ร้อยละ 15.2 ต้องการใช้ จำนวน 75 คน ร้อยละ 30.0 ไม่ตอบ จำนวน 137 คน ร้อยละ 54.8 ใช้บริการสระว่ายน้ำ จำนวน 45 คน ร้อยละ 18.0 ต้องการใช้ จำนวน 88 คน ร้อยละ 35.2 ไม่ตอบ จำนวน 117 คน ร้อยละ 46.8 ใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 64 คน ร้อยละ 25.6 ต้องการใช้ จำนวน 77 คน ร้อยละ 30.8 ไม่ตอบ จำนวน 109 คน ร้อยละ 43.6 ใช้บริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 191 คน ร้อยละ 76.4 ต้องการใช้ จำนวน 32 คน ร้อยละ 12.8 ไม่ตอบ จำนวน 27 คน ร้อยละ 10.8 ใช้บริการซื้อของฝาก ของที่ระลึก จำนวน 138 คน ร้อยละ 55.2 ต้องการใช้ จำนวน 46 คน ร้อยละ 18.4 ไม่ตอบ จำนวน 66 คน ร้อยละ 26.4 ใช้บริการไปรษณีย์และส่งของ จำนวน 47 คน ร้อยละ 18.8 ต้องการใช้ จำนวน 46 คน ร้อยละ 18.4 ไม่ตอบ จำนวน 157 คน ร้อยละ 62.8 ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 57 คน ร้อยละ 22.8 ต้องการใช้ จำนวน 59 คน ร้อยละ 23.6 ไม่ตอบ จำนวน 134 คน ร้อยละ

53.6 ใช้บริการรถสองแถว รับส่งรอบเกาะ จำนวน 85 คน ร้อยละ 34.0 ต้องการใช้ จำนวน 63 คน ร้อยละ 25.2 ไม่ตอบ จำนวน 102 คน ร้อยละ 40.8 ใช้บริการรถมอเตอร์ไซค์ จำนวน 108 คน ร้อยละ 43.2 ต้องการใช้ จำนวน 42 คน ร้อยละ 16.8 ไม่ตอบ จำนวน 100 คน ร้อยละ 40.0 ใช้บริการพาเที่ยวรอบเกาะโดยรถสกายแล็ปจำนวน 113 คน ร้อยละ 45.2 ต้องการใช้ จำนวน 35 คน ร้อยละ 14.0 ไม่ตอบ จำนวน 102 คน ร้อยละ 40.8 ใช้บริการร้านล้างอัด ถ่ายรูป จำนวน 26 คน ร้อยละ 10.4 ต้องการใช้ จำนวน 59 คน ร้อยละ 23.6 ไม่ตอบ จำนวน 165 คน ร้อยละ 66.0 ใช้บริการร้านกาแฟสด จำนวน 61 คน ร้อยละ 24.4 ต้องการใช้ จำนวน 50 คน ร้อยละ 20.0 ไม่ตอบ จำนวน 139 คน ร้อยละ 55.6 และใช้บริการอื่น ๆ ต้องการใช้ จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.2 ไม่ตอบ จำนวน 247 คน ร้อยละ 98.8 ใช้บริการกิจกรรมอื่น ๆ 0 คน ต้องการใช้ จำนวน 0 คน ไม่ตอบ จำนวน 250 คน ร้อยละ 100.0

2.2 ความสนใจลักษณะกิจกรรมที่ใช้และต้องการใช้ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-3 ความสนใจลักษณะกิจกรรมที่ใช้และต้องการใช้ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริการ	ใช้		ต้องการใช้		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าน้ำดูปะการัง	43	17.2	132	52.8	75	30.0
พายเรือ	59	23.6	96	38.4	95	38.0
บานาน่าโบ๊ท	52	20.8	99	39.6	99	39.6
ขี่จักรยาน	35	14.0	104	41.6	111	44.4
รถเอทีวี	3	1.2	119	47.6	128	51.2
ตกปลา/หาปลา/ดูนก	50	20.0	119	47.6	79	31.6
ปีนเขา	27	10.8	92	36.8	131	52.4
กิจกรรมทางศาสนา	25	10.0	52	20.8	173	69.2
อื่น ๆ	0	0	0	0	250	100.0

จากตารางที่ 4-3 พบว่าผู้เยี่ยมชมจำนวน 250 คน ใช้บริการกิจกรรมค่าน้ำดูปะการัง จำนวน 43 คน ร้อยละ 17.2 ต้องการใช้ จำนวน 132 คน ร้อยละ 52.8 ไม่ตอบ จำนวน 72 คน ร้อยละ 30.0 ใช้บริการกิจกรรมพายเรือ จำนวน 59 คน ร้อยละ 23.6 ต้องการใช้ จำนวน 96 คน ร้อยละ 38.4 ไม่ตอบ จำนวน 95 คน ร้อยละ 38.0 ใช้บริการบานาน่าโบ๊ท จำนวน 52 คน ร้อยละ 20.8 ต้องการใช้ จำนวน 99 คน ร้อยละ 39.6 ไม่ตอบ จำนวน 99 คน ร้อยละ 39.6 ใช้บริการกิจกรรมขี่จักรยาน จำนวน 35 คน ร้อยละ 14.0 ต้องการใช้ จำนวน 104 คน ร้อยละ 41.6 ไม่ตอบ จำนวน 111 คน

ร้อยละ 44.4 ใช้บริการกิจกรรมรถเอทีวี จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.2 ต้องการใช้ จำนวน 119 คน ร้อยละ 47.6 ไม่ตอบ จำนวน 128 คน ร้อยละ 51.2 ใช้บริการกิจกรรมตกปลา หาลา คุณก จำนวน 50 คน ร้อยละ 20.0 ต้องการใช้ จำนวน 119 คน ร้อยละ 47.6 ไม่ตอบ จำนวน 79 คน ร้อยละ 31.6 ใช้บริการกิจกรรมปั่นเขา จำนวน 27 คน ร้อยละ 10.8 ต้องการใช้ จำนวน 92 คน ร้อยละ 36.8 ไม่ตอบ จำนวน 131 คน ร้อยละ 52.4 ใช้บริการกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 25 คน ร้อยละ 10.0 ต้องการใช้ จำนวน 52 คน ร้อยละ 20.8 ไม่ตอบ จำนวน 173 คน ร้อยละ 69.2 และใช้บริการกิจกรรมอื่น ๆ 0 คน ต้องการใช้ จำนวน 0 คน ไม่ตอบ จำนวน 250 คน ร้อยละ 100.0

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

1. ประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชัง

ตารางที่ 4-4 ประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชัง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทของการบริการที่ท่านใช้	จำนวน	ร้อยละ
บริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า	214	85.2
บริการด้านร้านอาหาร	82	32.8
บริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก	46	18.4

จากตารางที่ 4-4 พบว่าผู้เยี่ยมชม จำนวน 250 คน มีการใช้บริการแบ่งเป็น ใช้บริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า จำนวน 214 คน ร้อยละ 85.2 ใช้บริการด้านร้านอาหาร จำนวน 82 ร้อยละ 32.8 ใช้บริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก จำนวน 46 คน ร้อยละ 18.4

2. ความพึงพอใจต่อการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่าโดยรวม

ตารางที่ 4-5 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านการบริการโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. จำนวนรถมีเพียงพอ	214	3.82	0.77	มาก
2. การแจ้งลักษณะการให้บริการทราบก่อนการให้บริการ	214	3.65	0.79	มาก
3. บริการเพิ่มเติม เช่น น้ำมัน	214	3.55	0.72	มาก
4. ความสะอาดของรถรับจ้าง/รถให้เช่า	214	3.83	0.75	มาก
5. การให้ความช่วยเหลือ ในกรณีที่รถมีปัญหา เช่น ยางแตก	214	3.60	0.71	มาก
รวม	214	3.69	0.52	มาก

จากตารางที่ 4-5 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความสะอาดของรถรับจ้าง/รถให้เช่า จำนวนรถมีเพียงพอ การแจ้งลักษณะการให้บริการทราบก่อนการให้บริการ การให้ความช่วยเหลือ ในกรณีที่รถมีปัญหา เช่น ยางแตก และบริการเพิ่มเติม เช่น น้ำมัน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83 3.82 3.65 3.60 และ 3.55 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านการบริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.69 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4-6 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านราคาโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ค่าบริการ	214	3.42	0.84	ปานกลาง
2. การต่อรองราคาค่าบริการ	214	3.35	0.87	ปานกลาง
รวม	214	3.38	0.80	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-6 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลางในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ ค่าบริการ และการต่อรองราคาค่าบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.42 3.35 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านราคามีคะแนนเฉลี่ย 3.38 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ตารางที่ 4–7 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านช่องทางการให้บริการ
โดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. การจัดระบบคิวรถ เพื่อป้องกันการแย่งลูกค้า	214	3.81	0.85	มาก
2. มีการสร้างเครือข่ายกับสถานที่พัก ร้านอาหารในการให้บริการ	214	3.52	0.79	มาก
รวม	214	3.66	0.65	มาก

จากตารางที่ 4-7 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมาก ในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดระบบคิวรถเพื่อป้องกันการแย่งลูกค้า และมีการสร้างเครือข่ายกับสถานที่พัก ร้านอาหารในการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.81 3.52 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.66 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4–8 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา	214	3.66	0.71	มาก
2. การติดป้ายประกาศ ว่ามีจุดให้บริการรถรับจ้าง/รถให้เช่า	214	3.63	0.84	มาก
3. มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นหมู่คณะ	214	3.54	0.72	มาก
รวม	214	3.60	0.58	มาก

จากตารางที่ 4-8 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก ในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การติดป้ายประกาศ ว่ามีจุดให้บริการรถรับจ้าง/รถให้เช่า และมีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นหมู่คณะ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.66, 3.63, และ 3.54 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีคะแนนเฉลี่ย 3.60 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 –9 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านบุคลากรโดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	214	3.98	0.74	มาก
2. ความเป็นกันเอง เป็นมิตร	214	3.86	0.77	มาก
3. ผู้ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาได้ดี	214	3.85	0.78	มาก
รวม	214	3.88	0.62	มาก

จากตารางที่ 4-9 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านบุคลากรระดับมากในทุกข้อความเรียงตามลำดับ ได้แก่ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ความเป็นกันเอง เป็นมิตร และผู้ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาได้ดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.98 3.86 และ 3.85 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านบุคลากรมีคะแนนเฉลี่ย 3.88 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 –10 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านกระบวนการโดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ความปลอดภัยในการเดินทาง	214	3.96	0.75	มาก
2. สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่ตกลงไว้	214	3.74	0.76	มาก
3. รถมีความพร้อมในการให้บริการ มีความสมบูรณ์	214	3.90	0.81	มาก
4. บริการการแนะนำให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	214	3.87	0.89	มาก
รวม	214	3.86	0.61	มาก

จากตารางที่ 4-10 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านกระบวนการระดับมากในทุกข้อความเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความปลอดภัยในการเดินทาง รถมีความพร้อมในการให้บริการ มีความสมบูรณ์ บริการการแนะนำให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่ตกลงไว้ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.96 3.90 3.87 และ 3.74 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านกระบวนการมีคะแนนเฉลี่ย 3.86 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4-11 ความพึงพอใจการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม โดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการจัดสถานที่จอดรถที่เป็นระเบียบ	214	3.68	0.70	มาก
2. สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบมีความสะอาด	214	3.74	0.72	มาก
รวม	214	3.70	0.60	มาก

จากตารางที่ 4-11 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมระดับมากในทุกข้อความเรียงตามลำดับ ได้แก่ สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีการจัดสถานที่จอดรถที่เป็นระเบียบ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68 และ 3.74 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมมีคะแนนเฉลี่ย 3.70 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4-12 ค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า

	จำนวน	Min.	Max.	\bar{X}	SD
ค่าบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า	214	45	600	273.11	88.09

จากตารางที่ 4-12 พบว่าผู้เยี่ยมชมจำนวน 214 คน มีค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่าเฉลี่ย 273.11 บาท ค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า สูงสุด ของผู้เยี่ยมชม 600 บาท ค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ต่ำสุด ของผู้เยี่ยมชม 45 บาท

3. ความพึงพอใจต่อการบริการด้านร้านอาหารโดยรวม

ตารางที่ 4 –13 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านการบริการโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. คุณภาพ ความสดใหม่ของอาหาร	81	6.85	27.19	มากที่สุด
2. รสชาติอาหาร	81	3.85	0.74	มาก
3. บริการเครื่องดื่ม	81	3.72	0.67	มาก
4. ความสะอาดของร้านอาหาร	81	3.64	0.65	มาก
5. บริการห้องน้ำ ห้องส้วม	81	3.38	0.81	ปานกลาง
รวม	81	3.71	0.61	มาก

จากตารางที่ 4-13 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการบริการ ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม คุณภาพ ความสดใหม่ของอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 6.85 มีความพึงพอใจด้านการบริการ ระดับมากในข้อคำถาม รสชาติอาหาร บริการเครื่องดื่ม และความสะอาดของร้านอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.85 3.72 และ 3.64 ตามลำดับ มีความพึงพอใจด้านการบริการ ระดับปานกลาง ในข้อคำถาม บริการห้องน้ำห้องส้วม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38 รวมความพึงพอใจด้านการบริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.71 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 –14 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านราคาโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ค่าอาหาร	81	3.57	0.82	มาก
2. มีการแจ้งราคาที่ชัดเจนในรายการอาหาร	81	3.40	0.89	ปานกลาง
รวม	81	3.48	0.79	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-14 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านราคา ระดับมากในข้อคำถาม ค่าอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.57 และมีความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลางในข้อคำถาม มีการแจ้งราคาที่ชัดเจนในรายการอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40 รวมความพึงพอใจด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.48 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ตารางที่ 4 –15 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	81	3.74	0.80	มาก
2. ความสะอาดบริเวณรอบ ๆ ร้านอาหาร	81	3.52	0.77	มาก
3. การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก	81	3.48	0.76	ปานกลาง
รวม	81	3.58	0.65	มาก

จากตารางที่ 4-15 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อความ ร้านมีความกว้างขวางเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ และความสะอาดบริเวณรอบ ๆ ร้านอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.74 และ 3.52 มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับปานกลางในข้อความ การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.48 รวมความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 –16 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก	81	3.83	0.75	มาก
2. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา	81	3.51	0.83	มาก
3. มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม	81	3.56	0.90	มาก
4. การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่อุดหนุนเที่ยว	81	3.37	0.87	ปานกลาง
5. การติดป้ายประกาศ	81	3.32	0.83	ปานกลาง
6. การติดป้ายบอกทาง	81	3.35	0.90	ปานกลาง
รวม	81	3.45	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-16 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อความ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83 3.56

และ 3.51 ตามลำดับ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปานกลางในข้อความ การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การติดป้ายบอกทาง และการติดป้ายประกาศ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.37 3.35 และ 3.32 รวมความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย 3.45 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ตารางที่ 4-17 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านบุคลากรโดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	81	3.81	0.70	มาก
2. ความเป็นกันเอง เป็นมิตร	81	3.74	0.73	มาก
3. ความรวดเร็วในการบริการ	81	3.70	0.69	มาก
4. พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาได้ดี	81	3.69	0.62	มาก
5. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ	81	3.66	0.65	มาก
รวม	81	3.74	0.50	มาก

จากตารางที่ 4-17 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ระดับมากในทุกข้อความเรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ความเป็นกันเอง เป็นมิตร ความรวดเร็วในการบริการ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาได้ดี และความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.81 3.74 3.70 3.69 และ 3.66 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ย 3.74 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4-18 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านกระบวนการโดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ความปลอดภัยของอาหาร	81	3.51	0.67	มาก
2. ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ	81	3.58	0.72	มาก
3. อุปกรณ์เครื่องครัวเพียงพอและสะอาด	81	3.44	0.74	ปานกลาง
รวม	81	3.50	0.60	มาก

จากตารางที่ 4-18 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ระดับมาก ในข้อคำถาม ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ และความปลอดภัยของอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.58 และ 3.51 มีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ระดับปานกลาง ในข้อคำถาม อุปกรณ์เครื่องครัว เพียงพอและสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.44 รวมความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 – 19 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านอาหาร ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง	81	3.86	0.87	มาก
2. สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด	81	3.81	0.79	มาก
3. ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากร้านอาหาร	81	3.96	0.94	มาก
4. มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้	81	3.67	0.88	มาก
5. ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล	81	3.44	0.74	ปานกลาง
รวม	81	3.75	0.68	มาก

จากตารางที่ 4-19 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ระดับมาก ในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากร้านอาหาร อากาศถ่ายเทสะดวกและมีแสงสว่างส่องถึง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.96 3.86 3.81 และ 3.67 มีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง ในข้อคำถาม ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.44 รวมความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 –20 ค่าบริการด้านร้านอาหาร

	จำนวน	Min.	Max.	\bar{X}	SD
ค่าบริการด้านร้านอาหาร	81	80	2,000	694.41	492.55

จากตารางที่ 4-20 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือนจำนวน 81 คน มีค่าบริการด้านอาหารเฉลี่ย 694.41 บาท ค่าบริการด้านอาหาร สูงสุด ของผู้เยี่ยมชมเยือน 2,000 บาท ค่าบริการด้านอาหาร ต่ำสุด ของผู้เยี่ยมชมเยือน 80 บาท

3.4 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึกโดยรวม

ตารางที่ 4 –21 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านการบริการ โดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. คุณภาพ และความใหม่ของสินค้า	46	3.67	0.70	มาก
2. ความสะอาดของสินค้า	46	3.54	0.86	มาก
3. ความหลากหลายของสินค้า	46	3.74	0.88	มาก
4. ความสะอาดของร้านค้า	46	3.78	0.69	มาก
รวม	46	3.68	0.62	มาก

จากตารางที่ 4-21 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือนมีความพึงพอใจด้านการบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความสะอาดของร้านค้า ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพและความใหม่ของสินค้า และความสะอาดของสินค้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.78 3.74 3.67 และ 3.54 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านการบริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.68 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 – 22 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านราคาโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. สินค้ามีราคาที่เหมาะสม	46	3.59	0.74	มาก
2. มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน	46	3.48	0.80	ปานกลาง
รวม	46	3.53	0.67	มาก

จากตารางที่ 4-22 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือนมีความพึงพอใจด้านราคา ระดับมาก ในข้อคำถามสินค้ามีราคาที่เหมาะสม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.59 มีความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลาง ในข้อคำถาม มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.48 รวมความพึงพอใจด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.53 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 – 23 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านช่องทางการให้บริการ
โดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	46	3.52	0.88	มาก
2. การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก	46	3.48	0.93	ปานกลาง
รวม	46	3.50	0.86	มาก

จากตารางที่ 4-23 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมาก ในข้อความ ร้านมีความกว้างขวางเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.52 มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับปานกลาง ในข้อความ การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.48 รวมความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 – 24 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยรวม

ข้อความ	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก	46	3.65	0.97	มาก
2. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา	46	3.59	0.88	มาก
3. มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม	46	3.33	0.84	ปานกลาง
4. การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว	46	3.52	0.93	มาก
5. การคิดป้ายประกาศ	46	3.50	0.91	มาก
6. การคิดป้ายบอกทาง	46	3.52	0.86	มาก
รวม	46	3.51	0.77	มาก

จากตารางที่ 4-24 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมาก ในข้อความ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว

การตีคป้ายบอกทาง และการตีคป้ายประกาศ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.65 3.59 3.52 3.52 และ 3.50 ตามลำดับ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปานกลางในข้อคำถาม มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.33 รวมความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย 3.51 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4-25 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านบุคลากรโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	46	4.50	0.75	มากที่สุด
2. ความเป็นกันเอง เป็นมิตร	46	4.22	0.75	มาก
3. ความรวดเร็วในการบริการ	46	4.28	0.77	มาก
4. ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาได้ดี	46	4.13	0.71	มาก
5. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ	46	4.09	0.78	มาก
รวม	46	4.24	0.63	มาก

จากตารางที่ 4-25 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 มีความพึงพอใจด้านบุคลากร ระดับมากในข้อคำถาม ความรวดเร็วในการบริการ ความเป็นกันเองเป็นมิตร ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาได้ดี และความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.28 4.22 4.13 และ 4.09 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ย 4.24 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4-26 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านกระบวนการโดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. การจัดหมวดหมู่ของสินค้า	46	3.91	0.90	มาก
2. ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ	46	3.98	0.80	มาก
3. สามารถทดสอบสินค้าก่อนซื้อได้	46	3.80	0.88	มาก
รวม	46	3.88	0.75	มาก

จากตารางที่ 4-26 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ การจัดหมวดหมู่ของสินค้า และสามารถทดสอบสินค้าก่อนซื้อได้ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.98 3.91 และ 3.80 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 – 27 ความพึงพอใจการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม โดยรวม

ข้อคำถาม	จำนวน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด	46	4.00	0.94	มาก
2. สถานที่ตั้งสามารถเห็นได้ชัด	46	4.11	0.92	มาก
3. อยู่ใกล้บริเวณท่าเรือขนส่ง มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า	46	3.76	0.92	มาก
รวม	46	3.95	0.85	มาก

จากตารางที่ 4-27 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่ตั้งสามารถเห็นได้ชัด สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และอยู่ใกล้บริเวณท่าเรือขนส่งมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11 4.00 และ 3.76 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีคะแนนเฉลี่ย 3.95 ระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4 – 28 ค่าบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก

	จำนวน	Min.	Max.	\bar{X}	SD
ค่าบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก	46	10	1,000	309.11	253.56

จากตารางที่ 4-28 พบว่าผู้เยี่ยมชมจำนวน 46 คน มีบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึกเฉลี่ย 309.11 บาท ค่าบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึกเฉลี่ย สูงสุด ของผู้เยี่ยมชม 1,000 บาท ค่าบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึกเฉลี่ย ต่ำสุด ของผู้เยี่ยมชม 10 บาท

**ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่าง 7 ด้านในประเภทของการบริการ
ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวใน
เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม**

การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านในประเภทของการบริการที่มีผล
ต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า เมื่อจำแนก
ตามข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 4-29 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
ชาย	3.73	3.23	3.62	3.58	3.89	3.82	3.68
หญิง	3.64	3.53	3.70	3.63	3.88	3.91	3.72
t	1.325	-2.769	-0.927	-0.609	0.122	-1.057	-0.463
P-Value	0.187	0.006*	0.355	0.543	0.903	0.292	0.644

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-29 ผลการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามเพศ คือ เพศชายและหญิง พบว่าด้านราคา มีความ
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-30 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
18 – 25 ปี	3.67	3.45	3.62	3.61	3.84	3.86	3.71
26 – 35 ปี	3.64	3.19	3.79	3.73	4.12	3.85	3.71
36 – 45 ปี	3.78	3.35	3.61	3.42	3.72	3.83	3.72
46 – 55 ปี	3.83	3.67	3.64	3.60	3.90	4.02	3.64
มากกว่า 56 ปี	3.10	3.37	3.37	3.41	3.33	3.75	3.50
F	2.027	1.546	0.894	1.745	3.830	0.357	0.175
P-Value	0.092	0.190	0.469	0.141	0.005*	0.839	0.951

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-30 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามอายุ คือ 18 – 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 – 55 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไป พบว่าด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของสหพเพ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-31 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านบุคลากร

อายุ	\bar{X}	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 56 ปี
18 – 25 ปี	3.84	-	.2829	-.1171	.0599	-.5088
26 – 35 ปี	4.12		-	-.4000(*)	-.2230	-.7917
36 – 45 ปี	3.72			-	.1770	-.3917
46 – 55 ปี	3.90				-	-.5686
มากกว่า 56 ปี	3.33					-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-31 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ 26 – 35 ปี มีความพึงพอใจ ด้านบุคลากรสูงกว่า อายุ 36 – 45 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-32 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมเยือนในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
ประถมศึกษา	3.80	3.09	3.66	3.38	3.77	3.41	3.25
มัธยมศึกษา	3.74	3.48	3.53	3.55	3.72	3.71	3.55
อนุปริญญา/ ปวส.	3.67	3.61	4.00	3.55	3.93	3.83	3.61
ปริญญาตรี	3.68	3.36	3.65	3.69	3.96	3.98	3.81
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.63	3.24	3.48	3.41	3.72	3.74	3.68
F	0.267	1.241	2.647	1.859	1.525	3.564	3.434
P-Value	0.899	0.295	0.035*	0.119	0.196	0.008*	0.010*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมเยือนในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมเยือนในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-33 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา	3.66	-	-.1310	.3333	-.0068	-.1867
มัธยมศึกษา	3.53		-	.4643	.1241	-.0557
อนุปริญญา/ ปวส.	4.00			-	-.3402	-.5200
ปริญญาตรี	3.65				-	-.1798
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.48					-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม
ในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามระดับการศึกษา จากตารางที่ 4-32
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่
ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-34 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา	3.41	-	.2976	.4167	.5649(*)	.3233
มัธยมศึกษา	3.71		-	.1190	.2673	.0257
อนุปริญญา/ ปวส.	3.83			-	.1482	-.0933
ปริญญาตรี	3.98				-	-.2416
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.74					-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-34 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มี
การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านกระบวนการสูงกว่า การศึกษาระดับประถมศึกษา
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-35 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา	3.25	-	.3056	.3611	.5656(*)	.4300
มัธยมศึกษา	3.55		-	.0556	.2600	.1244
อนุปริญญา/ ปวส.	3.61			-	.2045	.0689
ปริญญาตรี	3.81				-	-.1356
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.68					-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-35 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มี
การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมสูงกว่า การศึกษา
ระดับประถมศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-36 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามรายได้

รายได้	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย				สิ่งแวดล้อม
				ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.71	3.35	3.61	3.60	3.84	3.85	3.78	
10,001 – 20,000 บาท	3.58	3.59	3.77	3.58	3.92	3.88	3.59	
20,001 – 30,000 บาท	3.77	2.75	3.58	3.73	4.01	3.76	3.53	
30,001 บาทขึ้นไป	3.81	3.55	3.60	3.54	3.82	3.95	3.95	
F	1.901	8.913	1.086	0.618	0.673	0.511	3.822	
P-Value	0.130	0.000*	0.356	0.604	0.570	0.675	0.011*	

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-36 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามรายได้ คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป พบว่าด้านราคา และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเชฟเฟ่ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-37 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านราคา

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.35	-	.2460	-.6012(*)	.2005
10,001-20,000 บาท	3.59	-	-	-.8472(*)	-.0455
20,001-30,000 บาท	2.75	-	-	-	.8017(*)
30,001 บาทขึ้นไป	3.55	-	-	-	-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-37 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคาต่ำกว่า ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-38 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.78	-	-.1929	-.2474	.1669
10,001-20,000 บาท	3.59	-	-	-.0546	.3597
20,001-30,000 บาท	3.53	-	-	-	.4143
30,001 บาทขึ้นไป	3.95	-	-	-	-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามรายได้ จากตารางที่ 4-36 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-39 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเลขมาเกาะสีชัง

เลขมาเกาะสีชัง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
มาครั้งแรก	3.67	3.41	3.61	3.56	3.84	3.88	3.75
เคยมา 1 ครั้ง	3.77	3.27	3.73	3.81	3.97	3.90	3.63
เคยมา 2 ครั้ง	3.64	3.34	3.86	3.31	3.84	3.53	3.39
เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	3.55	3.75	3.75	3.91	4.50	4.25	4.37
F	0.604	0.690	1.165	4.628	1.857	2.499	4.028
P-Value	0.613	0.559	0.324	0.004*	0.138	0.061	0.008*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-39 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามเลขมาเกาะสีชัง คือ มาครั้งแรก เคยมา 1 ครั้ง เคยมา 2 ครั้ง และเคยมามากกว่า 2 ครั้ง พบว่าในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-40 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด

เคยมาเกาะสีชัง	\bar{X}	มาครั้งแรก	เคยมา 1 ครั้ง	เคยมา 2 ครั้ง	เคยมามากกว่า 2 ครั้ง
มาครั้งแรก	3.56	-	.2551	-.2461	.3548
เคยมา 1 ครั้ง	3.81		-	-.5012(*)	.0997
เคยมา 2 ครั้ง	3.31			-	.6009
เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	3.91				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-40 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่เคยมา
1 ครั้ง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่า เคยมา 2 ครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05

ตารางที่ 4-41 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม

เคยมาเกาะสีชัง	\bar{X}	มาครั้งแรก	เคยมา 1 ครั้ง	เคยมา 2 ครั้ง	เคยมามากกว่า 2 ครั้ง
มาครั้งแรก	3.75	-	-.1217	-.3643	.6160
เคยมา 1 ครั้ง	3.63		-	-.2425	.7377
เคยมา 2 ครั้ง	3.39			-	.9803(*)
เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	4.37				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-41 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่เคยมา
มากกว่า 2 ครั้ง มีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมสูงกว่า เคยมา 2 ครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-42 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้าน
ท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
คนเดียว	3.86	2.35	3.40	4.15	4.48	3.95	3.77
เพื่อน	3.69	3.37	3.68	3.56	3.81	3.85	3.72
ครอบครัว/ญาติ	3.65	3.55	3.66	3.61	3.93	3.88	3.67
F	0.696	10.898	0.940	5.400	6.347	0.208	0.218
P-Value	0.500	0.000*	0.392	0.005*	0.002*	0.812	0.804

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-42 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง คือ คนเดียว เพื่อน และครอบครัว/ญาติ พบว่าในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเชฟเฟ่ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-43 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านราคา

ผู้ร่วมเดินทาง	\bar{X}	คนเดียว	มากับเพื่อน	มากับครอบครัว
คนเดียว	2.35	-	1.0204(*)	1.2088(*)
มากับเพื่อน	3.37		-	.1885
มากับครอบครัว	3.55			-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-43 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มาคนเดียว มีความพึงพอใจด้านราคาต่ำกว่า มากับเพื่อน และมากับครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-44 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ร่วมเดินทาง	\bar{X}	คนเดียว	มากับเพื่อน	มากับครอบครัว
คนเดียว	4.15	-	-.5910(*)	-.5388(*)
มากับเพื่อน	3.56		-	.0523
มากับครอบครัว	3.61			-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-44 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มาคนเดียว มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่า มากับเพื่อน และมากับครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-45 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านบุคลากร

ผู้ร่วมเดินทาง	\bar{X}	คนเดียว	มากับเพื่อน	มากับครอบครัว
คนเดียว	4.48	-	-.6651(*)	-.5505(*)
มากับเพื่อน	3.81		-	.1146
มากับครอบครัว	3.93			-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-45 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มาคนเดียว มีความพึงพอใจด้านบุคลากรสูงกว่า มากับเพื่อน และมากับครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-46 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จัก

แหล่งข่าวสารที่ รู้จักเกาะสีชัง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
เพื่อน	3.70	3.35	3.62	3.56	3.80	3.86	3.77
ญาติครอบครัว	3.65	3.40	3.72	3.54	3.89	3.91	3.65
เว็บไซต์	3.65	3.56	3.87	3.67	3.93	3.82	3.57
นิตยสาร วารสาร	3.36	3.58	3.66	3.33	3.72	4.00	3.91
แผ่นพับ โบรชัวร์	4.04	3.65	3.35	3.73	4.13	3.77	4.10
หนังสือพิมพ์	3.53	3.33	3.50	3.16	4.08	3.93	3.50
รายการโทรทัศน์	3.78	2.71	3.37	3.95	4.08	3.87	3.59
F	1.339	2.614	1.885	1.931	0.982	0.163	1.573
P-Value	0.241	0.018*	0.085	0.077	0.438	0.986	0.156

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-46 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง คือ เพื่อน ญาติครอบครัว เว็บไซต์ นิตยสารวารสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ พบว่าด้านราคา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีแหล่งข่าวสารแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเชฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-47 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านราคา

แหล่งข่าวสาร	\bar{X}	เพื่อน	ญาติ	เว็บไซต์	นิตยสาร	แผ่นพับ	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์
เพื่อน	3.35	-	.0535	.2126	.2278	.2944	-.0222	-.6368
ญาติครอบครัว	3.40		-	.1591	.1742	.2409	-.0758	-.6903
เว็บไซต์	3.56			-	.0152	.0818	-.2348	-.8494(*)
นิตยสาร วารสาร	3.58				-	.0667	-.2500	-.8646
แผ่นพับ โบรชัวร์	3.65					-	-.3167	-.9313
หนังสือพิมพ์	3.33						-	-.6146
รายการโทรทัศน์	2.71							-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-47 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่รู้จักแหล่งข่าวสารจากเว็บไซต์ มีความพึงพอใจด้านราคาสูงกว่า ที่รู้จักแหล่งข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ 7 ด้านในประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหาร เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 4-48 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
ชาย	3.76	3.63	3.63	3.47	3.85	3.56	3.76
หญิง	3.62	3.25	3.50	3.42	3.57	3.40	3.73
t	1.019	2.162	0.895	0.268	2.478	1.158	0.204
P-Value	0.312	0.034*	0.374	0.789	0.015*	0.250	0.839

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-48 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกเพศ คือ เพศชายและเพศหญิง พบว่าด้านราคา ด้านบุคลากรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-49 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
18 – 25 ปี	3.71	3.44	3.54	3.57	3.74	3.54	3.88
26 – 35 ปี	3.60	3.21	3.55	3.09	3.60	3.28	3.72
36 – 45 ปี	3.84	3.83	3.71	3.65	3.88	3.60	3.57
46 – 55 ปี	3.82	3.71	3.57	3.66	3.88	3.86	3.54
มากกว่า 56 ปี	3.00	3.50	3.33	2.16	4.00	3.00	3.60
F	1.703	1.287	1.797	1.436	1.475	0.801	0.106
P-Value	0.159	0.283	0.138	0.231	0.218	0.528	0.980
*p < 0.05							

จากตารางที่ 4-49 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามอายุ คือ 18 – 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 – 55 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไป พบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-50 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวน การ	สิ่งแวดล้อม
ประถมศึกษา	4.00	3.00	3.73	3.60	3.64	3.33	3.68
มัธยมศึกษา	3.95	3.81	3.89	3.37	3.70	3.58	3.80
อนุปริญญา/ ปวช.	3.85	3.50	3.66	3.91	3.92	3.62	3.62
ปริญญาตรี	3.66	3.45	3.50	3.45	3.82	3.54	3.77
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.41	3.33	3.30	3.18	3.46	3.25	3.73
F	1.703	1.287	1.797	1.436	1.475	0.801	0.106
P-Value	0.159	0.283	0.138	0.231	0.218	0.528	0.980

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-50 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป พบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-51 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวน การ	สิ่งแวดล้อม
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.89	3.59	3.92	3.62	3.74	3.50	3.90
10,001 – 20,000 บาท	3.45	3.20	3.28	3.36	3.69	3.50	3.71
20,001 – 30,000 บาท	3.34	2.85	3.09	2.66	3.94	3.23	3.48
30,001 บาทขึ้นไป	4.15	4.38	3.51	3.74	3.71	3.66	3.46
F	6.099	8.670	8.532	4.787	0.437	0.652	1.474
P-Value	0.001*	0.000*	0.000*	0.004*	0.727	0.584	0.228

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-51 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามรายได้ คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป พบว่าด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-52 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการบริการ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.89	-	-.4418(*)	-.5541	.2586
10,001-20,000 บาท	3.45		-	-.1123	.7004(*)
20,001-30,000 บาท	3.34			-	.8127(*)
30,001 บาทขึ้นไป	4.15				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-52 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริการสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการบริการสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-53 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมเยือนในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านราคา

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.59	-	-3.903	-7.401	.7917(*)
10,001-20,000 บาท	3.20		-	-3.498	1.1820(*)
20,001-30,000 บาท	2.85			-	1.5317(*)
30,001 บาทขึ้นไป	4.38				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-53 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคาสูงกว่า ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-54 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมเยือนในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.92	-	-6.386(*)	-8.307(*)	-4.074
10,001-20,000 บาท	3.28		-	-1.921	.2312
20,001-30,000 บาท	3.09			-	.4233
30,001 บาทขึ้นไป	3.51				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-54 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-55 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.62	-	-2.2591	-0.9545(*)	.1195
10,001-20,000 บาท	3.36		-	-0.6954	.3787
20,001-30,000 บาท	2.66			-	1.0741(*)
30,001 บาทขึ้นไป	3.74				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-55 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่า ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่า ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-56 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง

เคยมาเกาะสีชัง	การบริการ	ราคา	ค่าเฉลี่ย				
			ช่องทางบริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
มาครั้งแรก	3.79	3.38	3.56	3.50	3.80	3.51	3.83
เคยมา 1 ครั้ง	3.60	3.56	3.74	3.30	3.71	3.56	3.72
เคยมา 2 ครั้ง	3.45	3.78	3.28	3.50	3.51	3.09	3.20
เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	3.80	3.75	3.00	3.66	3.60	4.00	4.00
F	0.788	0.730	1.600	0.484	0.733	1.606	1.920
P-Value	0.504	0.537	0.196	0.695	0.535	0.195	0.133

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-56 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง คือ มาครั้งแรก เคยมา 1 ครั้ง เคยมา 2 ครั้ง และเคยมามากกว่า 2 ครั้ง พบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-57 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
คนเดียว	3.70	3.00	3.00	2.75	3.50	3.83	3.90
เพื่อน	3.76	3.55	3.69	3.49	3.78	3.51	3.79
ครอบครัว/ญาติ	3.61	3.36	3.37	3.42	3.65	3.44	3.64
F	0.459	0.888	3.082	1.094	0.808	0.385	0.420
P-Value	0.633	0.416	0.051	0.340	0.450	0.682	0.658

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4-57 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง คือ คนเดียว เพื่อน และครอบครัวหรือญาติ พบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-58 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จัก

แหล่งข่าวสารที่รู้จัก เกาะสีชัง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
เพื่อน	3.80	3.60	3.52	3.57	3.81	3.50	3.83
ญาติครอบครัว	3.58	3.73	3.57	3.42	3.78	3.68	3.82
เว็บไซต์	3.74	3.00	3.28	3.30	3.48	3.61	3.71
แผ่นพับ โบรชัวร์	3.93	3.37	4.25	3.42	3.81	3.50	3.76
หนังสือพิมพ์	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
รายการโทรทัศน์	3.30	3.06	3.16	3.16	3.43	3.00	3.32
F	1.635	1.614	4.478	0.604	1.499	1.315	0.999
P-Value	0.162	0.167	0.001*	0.697	0.201	0.267	0.424

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-58 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง คือ เพื่อน ญาติครอบครัว เว็บไซต์ แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ พบว่าด้านช่องทางการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว แตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-59 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านช่องทางการ
ให้บริการ

แหล่งข่าวสาร	\bar{X}	เพื่อน	ญาติ	เว็บไซต์	แผ่นพับ	หนังสือ พิมพ์	โทร ทัศน์
เพื่อน	3.52	-	.0685	-.2235	.7407(*)	.0463	-.3426
ญาติครอบครัว	3.57		-	-.2921	.6722	-.0222	-.4111
เว็บไซต์	3.28			-	.9643	.2698	-.1190
แผ่นพับ โบรชัวร์	4.25				-	-.6944	-1.0833(*)
หนังสือพิมพ์	3.00					-	-.3889
รายการโทรทัศน์	3.16						

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-59 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่รับรู้
แหล่งข่าวสารจากแผ่นพับ โบรชัวร์ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการสูงกว่า ที่รับรู้แหล่ง
ข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ 7 ด้านในประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหารของฝักของที่ระลึก เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไป
ของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 4-60 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวน การ	สิ่งแวด ล้อม
ชาย	3.72	3.71	3.59	3.60	4.28	4.04	4.09
หญิง	3.65	3.38	3.42	3.44	4.20	3.75	3.84
t	0.411	1.722	0.682	0.681	0.408	1.336	0.969
P-Value	0.683	0.092	0.499	0.499	0.685	0.189	0.340*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-60 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกเพศ คือ เพศชายและเพศหญิง พบว่าด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-61 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
18 – 25 ปี	3.82	3.54	3.59	3.59	4.28	3.93	3.77
26 – 35 ปี	3.72	3.45	3.27	3.27	4.30	3.84	3.96
36 – 45 ปี	3.52	3.66	3.62	3.86	4.23	4.00	4.41
46 – 55 ปี	3.00	3.00	3.00	2.00	3.50	3.00	3.00
F	1.498	0.619	0.632	4.770	0.974	1.056	2.564
P-Value	0.229	0.607	0.599	0.006*	0.414	0.378	0.067

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4-61 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามอายุ คือ 18 – 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี และ 46 – 55 ปี พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเชฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-62 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด

อายุ	\bar{X}	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี
18 – 25 ปี	3.59	-	-.3225	.2659	-1.5952(*)
26 – 35 ปี	3.27		-	.5884	-1.2727
36 – 45 ปี	3.86			-	-1.8611(*)
46 – 55 ปี	2.00				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-62 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดต่ำกว่า ที่มีอายุ 18 – 25 ปี และที่มีอายุ 36 – 45 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-63 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
ประถมศึกษา	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
มัธยมศึกษา	4.00	3.50	3.77	3.63	4.43	3.83	4.12
อนุปริญญา/ ปวช.	3.75	4.06	3.87	3.75	3.82	3.75	3.54
ปริญญาตรี	3.36	3.40	3.33	3.50	4.36	4.17	3.93
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.81	3.40	3.22	3.30	4.30	3.72	4.21
F	2.424	1.769	1.168	0.551	2.514	1.124	1.162
P-Value	0.063	0.154	0.339	0.699	0.056	0.359	0.342

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-63 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป พบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-64 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.00	3.68	3.68	3.66	4.40	4.10	3.97
10,001 – 20,000 บาท	3.25	3.10	3.00	3.01	4.04	3.43	3.53
20,001 – 30,000 บาท	3.25	2.90	2.80	3.00	3.60	3.20	3.60
30,001 บาทขึ้นไป	3.53	4.07	4.07	4.09	4.42	4.33	4.76
F	6.309	6.613	4.450	4.685	3.165	5.211	3.812
P-Value	0.001*	0.001*	0.008*	0.007*	0.034*	0.004*	0.017*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-64 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามรายได้ คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป พบว่าด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเชฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-65 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการบริการ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.00	-	- .7500(*)	-.7500	-.4643
10,001-20,000 บาท	3.25		-	.0000	.2857
20,001-30,000 บาท	3.25			-	.2857
30,001 บาทขึ้นไป	3.53				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-65 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มี
รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริการสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-66 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านราคา

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.68	-	-.5875	-.7875	.3839
10,001-20,000 บาท	3.10		-	-.2000	.9714(*)
20,001-30,000 บาท	2.90			-	1.1714(*)
30,001 บาทขึ้นไป	4.07				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-66 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มี
รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคาสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมี
รายได้ 20,001-30,000 บาทที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-67 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้การบริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านช่องทางการให้บริการ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.68		-0.6875	-0.8875	.3839
10,001-20,000 บาท	3.00			-0.2000	1.0714
20,001-30,000 บาท	2.80				1.2714
30,001 บาทขึ้นไป	4.07				

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-67 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้การบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามรายได้ จากตารางที่ 4-64 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-68 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้การบริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.66	-	-0.6500	-0.6667	.4286
10,001-20,000 บาท	3.01		-	-0.0167	1.0786(*)
20,001-30,000 บาท	3.00			-	1.0952
30,001 บาทขึ้นไป	4.09				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-68 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-69 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านบุคลากร

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.40	-	-3.683	-8.083	.0202
10,001-20,000 บาท	4.04		-	-4.400	.3886
20,001-30,000 บาท	3.60			-	.8286
30,001 บาทขึ้นไป	4.42				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามรายได้ จากตารางที่ 4-64 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-70 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านกระบวนการ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.10	-	-6.681	-9.014	.2319
10,001-20,000 บาท	3.43		-	-2.333	.9000
20,001-30,000 บาท	3.20			-	1.1333(*)
30,001 บาทขึ้นไป	4.33				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-70 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านกระบวนการสูงกว่า ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-71 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีรายได้แตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.97	-	-4389	-3722	.7897
10,001-20,000 บาท	3.53		-	.0667	1.2286(*)
20,001-30,000 บาท	3.60			-	1.1619
30,001 บาทขึ้นไป	4.76				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-71 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มี
รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมสูงกว่า ที่มีรายได้ 10,001
-20,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-72 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง

เคยมาเกาะสีชัง	การบริการ	ราคา	ค่าเฉลี่ย				
			ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวน การ	สิ่งแวดล้อม
มาครั้งแรก	3.72	3.76	3.60	3.77	4.28	4.21	3.96
เคยมา 1 ครั้ง	3.69	3.47	3.50	3.40	4.23	3.80	4.01
เคยมา 2 ครั้ง	3.65	3.00	3.20	3.00	4.16	3.20	3.80
เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	3.00	3.00	3.00	3.66	4.00	3.66	3.33
F	0.420	2.233	0.391	1.672	0.097	2.951	0.257
P-Value	0.739	0.098	0.760	0.188	0.961	0.044*	0.856

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-72 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง คือ มาครั้งแรก เคยมา 1 ครั้ง เคยมา
2 ครั้ง และเคยมามากกว่า 2 ครั้ง พบว่าด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ่ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-73 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่เคยมาเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ

เคยมาเกาะสีชัง	\bar{X}	มาครั้งแรก	เคยมา 1 ครั้ง	เคยมา 2 ครั้ง	เคยมามากกว่า 2 ครั้ง
มาครั้งแรก	4.21	-	-4062	-1.0157	-5490
เคยมา 1 ครั้ง	3.80		-	-6095	-1429
เคยมา 2 ครั้ง	3.20			-	.4667
เคยมามากกว่า 2 ครั้ง	3.66				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-73 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามเคยมาเกาะสีชัง จากตารางที่ 4-72 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-74 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการให้บริการ	ส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม
คนเดียว	3.75	3.50	4.00	4.33	4.40	4.33	4.33
เพื่อน	3.82	3.65	3.53	3.61	4.35	4.05	4.02
ครอบครัว/ญาติ	3.40	3.30	3.36	3.22	4.00	3.51	3.77
F	2.522	1.417	0.527	2.624	1.674	3.267	0.605
P-Value	0.092	0.253	0.594	0.084	0.200	0.048*	0.551

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-74 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง คือ คนเดียว เพื่อน และครอบครัว/ญาติ พบว่าในด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ่ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-75 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง ที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ

ผู้ร่วมเดินทาง	\bar{X}	คนเดียว	มากับเพื่อน	มากับครอบครัว
คนเดียว	4.33	-	-2.738	-8.222
มากับเพื่อน	4.05		-	-5.484
มากับครอบครัว	3.51			-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-75 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง จากตารางที่ 4-74 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-76 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการ
ด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังเมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จัก

แหล่งข่าวสารที่รู้จัก เกาะสีชัง	ค่าเฉลี่ย						
	การบริการ	ราคา	ช่องทางการ ให้บริการ	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	กระบวน การ	สิ่งแวดล้อม
เพื่อน	4.01	3.61	3.55	3.83	3.51	4.22	4.37
ญาติครอบครัว	3.36	3.27	3.40	3.06	4.61	3.39	3.69
เว็บไซต์	3.41	3.41	3.16	3.58	3.94	3.72	3.50
นิตยสาร วารสาร	3.50	3.75	4.00	3.25	4.23	3.50	3.66
แผ่นพับ โบรชัวร์	4.87	4.25	4.00	3.91	3.60	4.83	4.83
หนังสือพิมพ์	3.41	4.00	3.83	3.94	4.80	4.00	4.00
รายการโทรทัศน์	3.18	3.25	3.25	2.87	3.93	3.66	3.16
F	5.117	1.148	.501	2.201	3.432	2.563	2.589
P-Value	0.001*	0.353	0.804	0.063	0.008*	0.035*	0.033*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-76 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง คือ เพื่อน ญาติครอบครัว เว็บไซต์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ พบว่า ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนกร และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว แตกต่างกัน จึงใช้วิธีของเซฟเฟ้ ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4-77 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการบริการ

แหล่งข่าวสาร	\bar{X}	เพื่อน	ญาติ	เว็บไซต์	นิตยสาร	แผ่นพับ	หนังสือ พิมพ์	โทรทัศน์
เพื่อน	3.97	-	-.6503	-.5972	-.5139	.8611	-.5972	-.8264
ญาติครอบครัว	3.36		-	.0530	.1364	1.5114(*)	.0530	-.1761
เว็บไซต์	3.41			-	.0833	1.4583	.0000	-.2292
นิตยสาร	4.00				-	1.3750	-.0833	-.3125
แผ่นพับ โบรชัวร์	4.75					-	-1.4583	-1.6875(*)
หนังสือพิมพ์	3.00						-	-.2292
รายการโทรทัศน์	3.18							-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-77 พบว่าผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่รับรู้แหล่งข้อมูลจากแผ่นพับ โบรชัวร์ มีความพึงพอใจด้านการบริการสูงกว่า ที่รับรู้แหล่งข้อมูลจากรายการโทรทัศน์ และที่รับรู้แหล่งข้อมูลจากญาติครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-78 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านบุคลากร

แหล่งข่าวสาร	\bar{X}	เพื่อน	ญาติ	เว็บไซต์	นิตยสาร	แผ่นพับ	หนังสือ พิมพ์	โทรทัศน์
เพื่อน	3.51	-	-.6657	-.3778	-1.0111	.1889	-.6778	-.9111
ญาติครอบครัว	4.61		-	.2879	-.3455	.8545	-.0121	-.2455
เว็บไซต์	3.94			-	-.6333	.5667	-.3000	-.5333
นิตยสาร	4.23				-	1.2000	.3333	.1000
แผ่นพับ โบรชัวร์	3.60					-	-.8667	-1.1000
หนังสือพิมพ์	4.80						-	-.2333
รายการโทรทัศน์	3.93							-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-78 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม
ในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง จาก
ตารางที่ 4-76 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่าง
เป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-79 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านกระบวนการ

แหล่งข่าวสาร	\bar{X}	เพื่อน	ญาติ	เว็บไซต์	นิตยสาร	แผ่นพับ	หนังสือ พิมพ์	โทรทัศน์
เพื่อน	4.34	-	-.8283	-.5000	-.7222	.6111	-.2222	-.5556
ญาติครอบครัว	3.69	-	-.3283	.1061	1.4394	.6061	.2727	
เว็บไซต์	3.50	-		-.2222	1.1111	.2778	-.0556	
นิตยสาร	4.33	-			1.3333	.5000	.1667	
แผ่นพับ โบรชัวร์	4.66	-				-.8333	-1.1667	
หนังสือพิมพ์	3.00	-					-.3333	
รายการโทรทัศน์	3.16	-						-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-79 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมใน
การเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง จาก
ตารางที่ 4-76 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่าง
เป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-80 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว
ในเกาะสีชัง ที่มีแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังแตกต่างกัน ด้านการจัดสภาพ
สิ่งแวดลอม

แหล่งข่าวสาร	\bar{X}	เพื่อน	ญาติ	เว็บไซต์	นิตยสาร	แผ่นพับ	หนังสือ พิมพ์	โทรทัศน์
เพื่อน	4.34	-	-6734	-8704	-7037	.4630	-3704	-1.2037
ญาติครอบครัว	3.69		-	-1970	-0303	1.1364	.3030	-5303
เว็บไซต์	3.50			-	.1667	1.3333	.5000	-3333
นิตยสาร	4.33				-	1.1667	.3333	-5000
แผ่นพับ โบรชัวร์	4.66					-	-8333	-1.6667
หนังสือพิมพ์	3.00						-	-8333
รายการโทรทัศน์	3.16							-

*p < 0.05

จากตารางที่ 4-80 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม
ในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง
จากตารางที่ 4-76 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความ
แตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษาวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมเยือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.8 มีอายุ 18-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 56.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะสีชังเป็นครั้งแรก ร้อยละ 62.0 ผู้ร่วมเดินทางมากที่สุดคือเพื่อน ร้อยละ 62.8 และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังสีชังจากเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 42.8

2. ความสนใจของผู้เยี่ยมเยือนที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

2.1 ความสนใจใช้บริการ ผู้เยี่ยมเยือนมีความสนใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อันดับที่ 1 คืออาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 76.4 อันดับที่ 2 คือซื้อของฝากของที่ระลึก ร้อยละ 55.2 และอันดับที่ 3 คือบริการพาเที่ยวรอบเกาะ โดยรถสกายเลิฟ ร้อยละ 45.2

2.2 ความสนใจต้องการใช้บริการ ผู้เยี่ยมเยือนมีความสนใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อันดับที่ 1 คือสรวายน้ำ ร้อยละ 35.2 อันดับที่ 2 คือ นวดแผนไทย ร้อยละ 30.8 และอันดับที่ 3 คือคาราโอเกะ ร้อยละ 30.0

2.3 ความสนใจใช้กิจกรรม ผู้เยี่ยมเยือนมีความสนใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อันดับที่ 1 คือพายเรือ ร้อยละ 23.6 อันดับที่ 2 คือบานาน่าโบ๊ท ร้อยละ 20.8 และอันดับที่ 3 คือตกปลา หาปลา ดูนก ร้อยละ 20.0

2.4 ความสนใจต้องการใช้กิจกรรม ผู้เยี่ยมเยือนมีความสนใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อันดับที่ 1 คือดำน้ำดูปะการัง ร้อยละ 52.8 อันดับที่ 2 คือรถเอทีวีและตกปลา หาปลา ดูนก ร้อยละ 47.6 และอันดับที่ 3 คือขี่จักรยาน ร้อยละ 41.6

3. ประเภทของการบริการที่ผู้เยี่ยมเยือนใช้บริการบนเกาะสีชัง ซึ่งได้แก่การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ผู้เยี่ยมเยือนมีการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ร้อยละ 85.2 รองลงมาคือ การบริการด้านร้านอาหาร ร้อยละ 32.8 และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ร้อยละ 18.4

ผลปัจจัยความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ทั้ง 7 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งตามประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชัง ซึ่งได้แก่การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า

1.1 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความสะอาดของรถรับจ้าง/รถให้เช่า ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริการเพิ่มเติม เช่น น้ำมัน และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.2 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ค่าบริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การต่อรองราคาค่าบริการ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ การจัดระบบคิวรถเพื่อป้องกันการแย่งลูกค้า ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการสร้างเครือข่ายกับสถานที่พัก ร้านอาหารในการให้บริการ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.4 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นหมู่คณะ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.5 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้ให้บริการตรงตามความต้องการให้

คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาก็ได้ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.6 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความปลอดภัยในการเดินทาง ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่ตกลงไว้ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.7 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการจัดสถานที่จอดรถที่เป็นระเบียบ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. การบริการด้านร้านอาหาร

2.1 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือคุณภาพ ความสดใหม่ของอาหาร ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริการห้องน้ำ ห้องส้วม และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.2 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือค่าอาหาร ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการแจ้งราคาที่ชัดเจนในรายการอาหาร และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.4 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการติดป้ายประกาศ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2.5 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.6 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ อุปกรณ์เครื่องครัวเพียงพอและสะอาด และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.7 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้ โดยรวมจากร้านอาหาร ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก

3.1 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความสะอาดของร้านค้า ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสะอาดของสินค้า และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.2 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ สินค้ามีราคาที่เหมาะสม ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.3 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านช่องทางการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ร้านมีความกว้างขวางเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.4 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก

ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.5 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.6 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ สามารถทดสอบสินค้าก่อนซื้อได้ และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.7 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ สถานที่ตั้งสามารถเห็นได้ชัดเจน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ อยู่ใกล้บริเวณท่าเรือขนส่ง มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และพบว่าความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชังจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง ในรายด้านทั้ง 7 ด้าน โดยแบ่งตามประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชังซึ่งได้แก่ การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า

1.1 เมื่อจำแนกตามเพศ คือ เพศชายและหญิง พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านราคา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 เมื่อจำแนกตามอายุ คือ 18 – 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 – 55 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไป พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาคือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001– 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านราคา และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 เมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชังคือ มาครั้งแรก เคยมา 1 ครั้ง เคยมา 2 ครั้ง และเคยมามากกว่า 2 ครั้ง พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางคือ คนเดียว เพื่อน และครอบครัว/ญาติ พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.7 เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังคือ เพื่อน ญาติครอบครัว เว็บไซต์ นิตยสารวารสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์ และอื่นๆ พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านราคา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การบริการด้านร้านอาหาร

2.1 เมื่อจำแนกตามเพศคือ เพศชายและหญิง พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 เมื่อจำแนกตามอายุคือ 18 – 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 – 55 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไป พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 เมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชังคือ มาครั้งแรก เคยมา 1 ครั้ง เคยมา 2 ครั้ง และเคยมามากกว่า 2 ครั้ง พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6 เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางคือ คนเดียว เพื่อน และครอบครัว/ญาติ พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.7 เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง คือ เพื่อน ญาติครอบครัว เว็บไซต์ แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ พบว่าประเภทของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมในการเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการบริการ ด้านกระบวนการ และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง ความสนใจและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งตามประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชัง ได้แก่ การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยเทียบเคียงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ด้านการบริการ พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ ผลลัพธ์ที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ของธุรกิจบริการ โดยคำนึงถึงประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่เตรียมไว้ให้กับผู้บริโภคได้รับ โดยตรง ซึ่งมีคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า รวมไปถึงผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้า ประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขาย ดังนั้น สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

ด้านราคา พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (2000 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ ราคาเป็นการพิจารณาถึงการกำหนดราคาและการพิจารณาในแง่ของจิตวิทยา จะต้องมีการแสดงรายการราคาที่ชัดเจนและเปิดเผย และมีการคิดแบบยืดหยุ่นได้ ดังนั้นราคาเป็นการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายหรือค่าบริการที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจ

ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย อุดลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2546 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ การส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้านั้นเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และการบริการด้านร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาอ่อนขี้ดต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

ด้านบุคลากร พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้อง

กับ Boom and Bitner (1981 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ การที่พนักงานผู้ให้บริการ และลูกค้ามีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน โดยพนักงานผู้ให้บริการก็จะให้บริการอย่างเต็มความรู้ที่ศึกษา มา และเกิดความพึงพอใจในการเสนอขายหรือการได้รับบริการนั้น ๆ

ด้านกระบวนการ พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย นกมล จิระชิตกุล (2546 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ กระบวนการให้บริการ เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่างและส่งเสริมคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า

ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม พบว่าการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร และการบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย อุดมย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2541 อ้างถึงใน นฤมล ทองเจริญ, 2552) คือ การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ป้ายวัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดเป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการ ธุรกิจด้านบริการ จำต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้

2. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เคยมาเกาะสีชัง ผู้ร่วมเดินทาง และแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชัง

การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันจากผลงานวิจัยของสุปราณี สิลโกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รีสอร์ทแอนด์สปาของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคาห้องพักแตกต่างกัน

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เทียบเคียงได้กับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันของรัชนิพร ก้อนคำ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่อายุ 26 – 35 ปี จะคำนึงถึงความพร้อม และความเต็มใจให้บริการ การพูด การแสดงออกด้วยอวัชยาศัยไมตรีอันดีต่อผู้รับบริการ

โรงแรมมีพนักงานที่ดูแลเอาใจใส่ มีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุด และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้เยี่ยมเยือนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยเฉพาะระดับการศึกษาระดับปริญญาเอกมีความคาดหวังต่อการรับบริการของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการจึงควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่ ตั้งแต่สภาพรถก่อนให้บริการ การแจ้งให้ทราบถึงลักษณะการให้บริการ ก่อนให้บริการทุกครั้ง

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคา และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เทียบเคียงได้กับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันของ ณัฐวดี เกษสมบุรณ์ (2547) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า อำนาจในการซื้อของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และทราบว่าบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ อีกทั้งห้องออกกำลังกายมีขนาดกว้างขวาง พนักงานมีความเอาใจใส่ และมีมนุษยสัมพันธ์ มีความสะดวกและปลอดภัย รวมถึงมีการตกแต่งอย่างทันสมัย เป็นผลให้ทราบว่าบริการที่ซื้อนั้นเกิดความคุ้มค่าแค่ไหน รองลงมา ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเคยมาเกาะสีชังพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายได้จากผู้ที่เคยมาเที่ยวแล้วมากกว่า 2 ครั้งมีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเคยมาเที่ยวแล้ว ย่อมต้องการความเปลี่ยนแปลงในด้านสิ่งแวดล้อมรวมไปถึงการได้รับส่วนลดพิเศษสำหรับการมาใช้บริการซ้ำ ผู้ให้บริการควรทำการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจกับการใช้บริการมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อน ซึ่งให้ความสำคัญต่อบุคลากรในการให้บริการ ความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีการจัดสถานที่สำหรับการสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน และมีการลดราคาในการใช้บริการ ผู้ให้บริการควรมีการให้ความสนใจและปรับปรุงการให้บริการ ให้การเอาใจใส่และการแจ้งถึงขั้นตอนในการให้บริการ

แก่ผู้ใช้บริการให้ทราบก่อน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจและทราบถึงลักษณะการให้บริการก่อนซื้อบริการ

เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ซึ่งถ้าผู้เยี่ยมชมได้มีการรับรู้ข้อมูล ด้านราคา จะทำให้ง่ายต่อการวางแผนการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการควรมีการทำป้ายราคาให้ผู้ให้บริการสามารถมองเห็นได้ชัดเจน และควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์เกาะสีชัง เว็บไซต์ท่องเที่ยว

การบริการด้านร้านอาหาร

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคา และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันจากผลงานวิจัยของสุปราณี สิล โกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับมูลเหตุของใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคาห้องพักแตกต่างกัน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันของรัชนิพร ก้อนคำ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่อายุ 26 – 35 ปี จะคำนึงถึงความพร้อม และความเต็มใจให้บริการ การพูด การแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีต่อผู้รับบริการ โรงแรมมีพนักงานที่ดูแลเอาใจใส่ มีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุด และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก ผู้เยี่ยมชมที่ใช้การบริการด้านร้านอาหารจะมีความประทับใจ ในรสชาติการบริการของร้านอาหารอยู่แล้ว อีกทั้งจำนวนร้านอาหารในเกาะสีชังมีจำนวนไม่มาก จึงมีร้านที่มีชื่อเสียงเพียงไม่กี่ร้าน

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันของรัชนิพร ก้อนคำ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการของ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จะคำนึงถึงความพร้อม และ

ความเต็มใจให้บริการ การพูด การแสดงออกด้วยอวัชยาศัยไมตรีอันดีต่อผู้รับบริการ โรงแรมมีพนักงานที่ดูแลเอาใจใส่ มีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุด และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

เมื่อจำแนกตามเพศมาเกาะสี่ซึ่งพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสี่ซึ่ง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เยี่ยมชมที่ใช้การบริการด้านร้านอาหารจะมีความประทับใจ ในรสชาติการบริการของร้านอาหารอยู่แล้ว อีกทั้งจำนวนร้านอาหารในเกาะสี่ซึ่งมีจำนวนไม่มาก จึงมีร้านที่มีชื่อเสียงเพียงไม่กี่ร้าน

เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสี่ซึ่ง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เยี่ยมชมที่ใช้การบริการด้านร้านอาหารจะมีความประทับใจ ในรสชาติการบริการของร้านอาหารอยู่แล้ว อีกทั้งจำนวนร้านอาหารในเกาะสี่ซึ่งมีจำนวนไม่มาก จึงมีร้านที่มีชื่อเสียงเพียงไม่กี่ร้าน

เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสี่ซึ่งพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสี่ซึ่ง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านช่องทางการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาครั้งแรกไม่ทราบถึงข้อมูลสถานที่ตั้งของร้านอาหาร จึงจำเป็นต้องมีการใช้ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร

การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสี่ซึ่ง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าเพศชายและเพศหญิง มีความรับรู้และต้องการแตกต่างกันในด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งเพศหญิงมีความต้องการซื้อของฝากมากกว่าเพศชาย การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ควรจัดสภาพสิ่งแวดล้อมให้สะอาดและตกแต่งร้านให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสี่ซึ่ง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าอายุของผู้เยี่ยมชมที่มีอายุมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน เนื่องจากกลุ่มอายุของผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุไม่ถึง 25 ปีจึงมีความสนใจด้านการส่งเสริมการตลาดต่างจากกลุ่มอายุอื่น ผู้ให้บริการด้านร้านของฝากของที่ระลึกควรมีการทำส่งเสริมการตลาด โดยประชาสัมพันธ์ ส่วนลด แลก แจก แถม สินค้าผู้มาใช้บริการ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสี่ซึ่ง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือการศึกษาไม่มีส่วนในความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่ใช้บริการ ร้านของฝากของที่ระลึก เพราะ

ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่ไม่ว่าจะมีการศึกษาระดับไหน ก็ยอมนิยมใช้บริการร้านของฝากของที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านจัดสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันของจักรพันธ์ นาคสุข (2551) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์กีฬาสระว่ายน้ำ สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำ เนื่องจากโรงแรมมีการให้บริการฟรีสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักโรงแรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและรับรู้การให้บริการมากที่สุด โรงแรมควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด โดยมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และให้ส่วนลดสำหรับซื้อหรือเช่าอุปกรณ์ว่ายน้ำ

เมื่อจำแนกตามตามเคยมาเกาะสีชังพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าจำนวนครั้งที่แตกต่างกันของผู้เยี่ยมเยือน นั้นมีความพึงพอใจด้านกระบวนการร้านของฝากของที่ระลึก ซึ่งผู้ที่เดินทางมาครั้งแรกยอมรู้จักร้านของฝากของที่ระลึกน้อยกว่าผู้ที่เดินทางมากกว่า 1 ครั้ง ซึ่งผู้ให้บริการ ควรมีการพัฒนา และเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการทุกครั้ง

เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผู้ร่วมเดินทางได้แก่ คนเดียว เพื่อน ครอบครัวและญาติ มีความพึงพอใจแตกต่างกันด้านกระบวนการ จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง มากน้อย ย่อมส่งผลต่อการให้บริการ ผู้ให้บริการควรมีพนักงานคอยช่วยเหลืออยู่เสมอ เพราะเกาะสีชังเป็นแหล่งท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จึงเป็นผู้เยี่ยมเยือน

เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักเกาะสีชังพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการบริการ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้เยี่ยมเยือนที่เคยเดินทางมาแล้วจะมีการรับรู้ข้อมูลการบริการด้านต่าง ๆ ดีกว่าผู้เยี่ยมเยือนที่เคยเดินทางมาครั้งแรก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่ได้นำเสนอในเบื้องต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า

1.1 ปัจจัยด้านการบริการ ในด้านความสะอาดของรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า จึงต้องคำนึงถึงความสะอาดของรถที่จะให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชม เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ รวมไปถึงด้านการให้บริการหลังการขาย โดยมีการให้คำแนะนำแก่ผู้เยี่ยมชม และให้ความช่วยเหลือในกรณีผู้เยี่ยมชมเกิดปัญหาเกี่ยวกับรถ

1.2 ปัจจัยด้านราคา ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการได้ให้ความสำคัญในเรื่องค่าบริการ โดยที่ควรมีการแจ้งอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ควรมีการทำป้ายราคาไว้บริเวณที่ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการสามารถมองเห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการได้

1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดระบบคิวรถเพื่อป้องกันการแย่งลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ซึ่งทางเทศบาลอำเภอสีชัง ได้เข้ามาจัดระเบียบคิวรถในการให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชม

1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เยี่ยมชมได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลแก่ผู้เยี่ยมชม เพื่อให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่ไม่เคยใช้บริการหรือเคยใช้ เกิดความสนใจมาใช้บริการได้

1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญต่อ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ดังนั้นผู้ประกอบการบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ควรมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้การบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ให้แก่ผู้เยี่ยมชมได้เป็นอย่างดี

1.6 ด้านกระบวนการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ดังนั้นผู้ประกอบการบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่าควรให้ความสำคัญในเรื่องของการตรวจสภาพรถก่อนที่จะนำมาให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชม เพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุจากการใช้บริการ

1.7 ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมบริเวณ โดยรอบมีความสะอาดเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการบริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า ควรมีการจัดระเบียบบริเวณ โดยรอบให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาดอยู่เสมอ ง่ายต่อการมาใช้บริการของผู้เยี่ยมชม

2. การบริการด้านร้านอาหาร

2.1 ปัจจัยด้านการบริการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ ความสดใหม่ของอาหารมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรมีการรักษาระดับคุณภาพ และความสดใหม่ของอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในทุกครั้งที่เข้ามาใช้บริการ

2.2 ปัจจัยด้านราคา ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการ ให้ความสำคัญในเรื่องค่าอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรมีการแจ้งราคาอาหารอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านรายการอาหารได้

2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของ ร้านมีความกว้างขวางเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ เป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรให้ความสนใจดูแลในเรื่องพื้นที่การให้บริการ ควรมีการจัดระเบียบโต๊ะให้มีความเป็นระเบียบ

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของการบอกเล่าแบบปากต่อปากมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรมีการรักษาระดับของคุณภาพของอาหาร รวมไปถึงการให้บริการ เพื่อที่จะได้มีการบอกต่อถึงความพึงพอใจในการมาใช้บริการ โดยส่งผลให้เกิดผู้เยี่ยมชมที่ไม่เคยใช้บริการเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น อีกทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อยู่เสมอ

2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาทดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี และมีมารยาท เป็นพนักงาน

2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการ เพื่อไม่ให้ผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาใช้บริการเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายในการรอคอย

2.7 ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็น ได้โดยรวมจากร้านอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารควรมีการจัดร้านให้มีความโปร่งสบาย อากาศสามารถถ่ายเทได้สะดวก รวมไปถึงการมองเห็นทิวทัศน์ภายนอกร้านได้อย่างชัดเจน

3. การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก

3.1 ปัจจัยด้านการบริการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของร้านค้ามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก จึงควรมีการใส่ใจในด้านความสะอาดของร้านค้า รวมไปถึงบรรจุกฎเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในการจำหน่ายให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการได้มีความสนใจในการเข้ามาใช้บริการ

3.2 ปัจจัยด้านราคา ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของสินค้ามีราคาที่เหมาะสมเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก ควรมีการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย โดยไม่กำหนดราคาที่สูงจนเกินไป

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องร้านมีความกว้างขวางเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก จะต้องคำนึงถึงการจัดระเบียบการจัดสินค้า เพื่อให้มีความสะดวกในการเลือกสินค้าของผู้เยี่ยมชม

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญกับการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก ควรเน้นการให้บริการที่ประทับใจเพื่อเป็นการบอกต่อของผู้เยี่ยมชม และควรทำการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปด้วย

3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดีมีมารยาทเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีการวางจัดจำหน่ายให้แก่ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการ

3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก ควรมีการจัดระบบการบริหารที่รวดเร็ว ทันต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งมีการให้คำแนะนำในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีการวางจัดจำหน่าย

3.7 ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม ผู้เยี่ยมชมที่มาใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งสามารถเห็นได้ชัด เป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านของฝากของที่ระลึก ควรมีการจัดสภาพแวดล้อมหน้าร้านให้โล่ง โดยสามารถมองเห็นร้านได้อย่างชัดเจน รวมไปถึงการตกแต่งที่สวยงาม ดึงดูดแก่ผู้พบเห็น เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาใช้บริการเกิดความสนใจใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนตัวอย่างในการทำวิจัย โดยอาจจะเป็นการวิจัยในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะธุรกิจการให้บริการด้านการบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า การบริการด้านร้านอาหาร การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเพิ่มการศึกษาธุรกิจการให้บริการด้านอื่น ๆ เช่น การบริการด้านสปา การบริการด้านโรงแรม การบริการด้านการนำเที่ยว การบริการเรือท่องเที่ยวเพื่อให้ครอบคลุมทุกด้านในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเพิ่มเติมในด้านความสนใจ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ ต้องการทราบความสนใจด้านการบริการและด้านกิจกรรมของผู้เยี่ยมชมว่ามีความสนใจบริการและกิจกรรมใดบ้าง ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบจับคู่ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชมกับความสนใจ

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). สถิติการท่องเที่ยวประจำปี 2547. กรุงเทพฯ: ส่วนวิจัยและสถิติการท่องเที่ยว ททท.

ก่อพงษ์ บุญยการ. (2550). พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักใน อำเภอ ปราณบุรี จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี. (2552). เกาะสีชัง. วันที่ค้นข้อมูล 6 เมษายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.sichang.com>

จักรพันธ์ นาคสุข. (2551). คุณภาพการให้บริการของศูนย์กีฬาสระว่ายน้ำ สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี. วันที่ค้นข้อมูล 25 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก http://library.cmu.ac.th/digital_collection/theses/searching.php.

ณัฐวดี เกษสมบูรณ์. (2547). การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วันที่ค้นข้อมูล 25 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก http://library.cmu.ac.th/digital_collection/theses/searching.php.

ธนวันดี รัตนชัย. (2550). ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีรดา ปานนุ้ย. (2552). คุณภาพของการบริการในโรงแรมที่พักและรีสอร์ท ประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

นฤมล ทองเจริญ. (2552). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการด้านสุขภาพของโรงแรมที่พักและรีสอร์ทในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

นัฐพงศ์ กุมา. (2549). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในอำเภอป่าซาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประดอง วรรณสูตร. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธา.

พรพิชญ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ. (2548). *โครงการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่*. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานวิจัยเพื่อวาระชาติ สกว.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. (2536). *โครงการศึกษา ทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ ประเทศ*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

รัชนิพร ก้อนคำ. (2547). *คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. วันที่ค้นข้อมูล 17 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก <http://www.dcms.thailis.or.th>

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และเกศริน อิ่มเล็ก. (2550). *การศึกษาคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก: การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยว*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

_____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์. (2547). *มูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจตุลศิษเภาให้ผู้บริหารแอนดส์สาขาของนักท่องเที่ยว*, วันที่ค้นข้อมูล 17 กันยายน 2551, เข้าถึง ได้จาก <http://www.dcms.thailis.or.th>

Berry, L. L. (1980). Service marketing is different. *Business Magazine*, 30, 24-28.

Bowen, D. (2001). Antecedents of customer satisfaction and dissatisfaction (CS/D) on long-haul inclusive tours – a reality check on theoretical considerations. *Tourism Management*, 22, 49-61.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior* (7th ed.). Fort Worth, TX: Dryden.

Heung, V.C. S. (2000). Satisfaction levels of mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12 (5), 308-315.

Kotler, P. (1994). *Marketing Management: An Asian Perspective* (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย : ความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวใน
เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี

คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่

--	--	--	--	--

- ❖ ใช้สอบถามผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่ใช้การบริการด้านท่องเที่ยว
- ❖ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความสนใจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม
- ❖ ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เยี่ยมชมทุกท่านจะเป็นประโยชน์และแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการบริการด้านท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดของการบริการด้านท่องเที่ยว
- ❖ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
- ❖ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

ส่วนที่ 2 ความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย
 ✓ ลงในช่องว่างหน้าข้อนั้น ๆ

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. 18 – 25 ปี

() 2. 26 – 35 ปี

() 3. 36 – 45 ปี

() 4. 46 – 55 ปี

() 5. มากกว่า 56 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() 1. ประถมศึกษา

() 2. มัธยมศึกษา

() 3. อนุปริญญา / ปวช. / ปวส

() 4. ปริญญาตรี

() 5. ปริญญาตรีขึ้นไป

4. ระดับรายได้ต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 2. 10,001 – 20,000 บาท

() 3. 20,001 – 30,000 บาท

() 4. 30,001 บาทขึ้นไป

5. ท่านเคยมาเกาะสีชังนี้แล้วกี่ครั้ง

() 1. มากครั้งแรก

() 2. เคยมา 1 ครั้ง

() 3. เคยมา 2 ครั้ง

() 4. เคยมามากกว่า 2 ครั้ง

6. ผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้

() 1. คนเดียว

() 2. เพื่อน ___ คน

() 3. ครอบครัว/ญาติ ___ คน

7. ท่านได้รับรู้ข้อมูลของเกาะสีชังจากสื่อใด

() 1. เพื่อน

() 2. ญาติครอบครัว

() 3. เว็บไซต์

() 4. นิตยสาร วารสาร

() 5. แผ่นพับ โบรชัวร์

() 6. หนังสือพิมพ์

() 7. รายการวิทยุ

() 8. รายการโทรทัศน์

() 9. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง : ท่านเห็นว่าท่านมีความสนใจใช้บริการและกิจกรรมใดบ้าง ต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓
ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

2.1 ความสนใจใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริการ	ใช่	ต้องการใช่
1. คาราโอเกะ		
2. สระว่ายน้ำ		
3. นวดแผนไทย		
4. อาหารและเครื่องดื่ม		
5. ซุ้มของฝาก ของที่ระลึก		
6. ไปรษณีย์และส่งของ		
7. อินเทอร์เน็ต		
8. รถสองแถว รับส่งรอบเกาะ		
9. รถมอเตอร์ไซด์		
10. บริการพาเที่ยวรอบเกาะโดยรถสกายแล็ป		
11. ร้านล้างอัด ถ่ายรูป		
12. ร้านกาแฟสด		
13. อื่นๆ(โปรดระบุ.....)		

2.2 ความสนใจใช้กิจกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริการ	ใช้	ต้องการใช้
1. คำน้าคูปะการัง		
2. พายเรือ		
3. บานาน้ำโขง		
4. ชี่จักรยาน		
5. รถเอทีวี		
6. ตกปลา/หาปลา/ดูนก		
7. ปีนเขา		
8. กิจกรรมทางศาสนา		
9. อื่นๆ(โปรดระบุ.....)		

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
 คำชี้แจง : ท่านเห็นว่าปัจจัยต่อไปนี้ มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านท่องเที่ยวมากน้อย
 เพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

3.1 ประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการบนเกาะสีชัง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. บริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า (ตอบส่วนที่3 ข้อ3.2)
 () 2. บริการด้านร้านอาหาร (ตอบส่วนที่3 ข้อ3.3)
 () 3. บริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก (ตอบส่วนที่3 ข้อ3.4)

3.2 การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า

ความพึงพอใจด้านการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) จำนวนรถมีเพียงพอ					
2) การแจ้งลักษณะการให้บริการทราบก่อนการให้บริการ					
3) บริการเพิ่มเติม เช่น น้ำมัน					
4) ความสะอาดของรถรับจ้าง/รถให้เช่า					
5) การให้ความช่วยเหลือ ในกรณีที่รถมีปัญหา เช่น ยางแตก					
ความพึงพอใจด้านราคา					
1) ค่าบริการ					
2) การต่อรองราคาค่าบริการ					
ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ					
1) การจัดระบบคิวรถ เพื่อป้องกันการแย่งลูกค้า					
2) มีการสร้างเครือข่ายกับสถานที่พัก ร้านอาหาร ในการให้บริการ					
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด					
1) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา					
2) การติดป้ายประกาศ ว่ามีจุดให้บริการรถรับจ้าง/รถให้เช่า					
3) มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นหมู่คณะ					
ความพึงพอใจด้านบุคลากร					
1) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท					
2) ความเป็นกันเอง เป็นมิตร					
3) ผู้ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหา ได้ดี					
ความพึงพอใจด้านกระบวนการ					
1) ความปลอดภัยในการเดินทาง					
2) สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่ตกลงไว้					
3) รถมีความพร้อมในการให้บริการ มีความสมบูรณ์					
4) บริการการแนะนำให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว					

ความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) มีการจัดสถานที่จอดรถที่เป็นระเบียบ					
2) สภาพแวดล้อมบริเวณ โดยรอบมีความสะอาด					

ค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่าที่ท่านจ่าย _____ บาท

3.3 การบริการด้านร้านอาหาร

ความพึงพอใจด้านการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) คุณภาพ ความสดใหม่ของอาหาร					
2) รสชาติอาหาร					
3) บริการเครื่องดื่ม					
4) ความสะอาดของร้านอาหาร					
5) บริการห้องน้ำ ห้องส้วม					
ความพึงพอใจด้านราคา					
1) ค่าอาหาร					
2) มีการแจ้งราคาที่ชัดเจนในรายการอาหาร					
ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ					
1) ร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ					
2) ความสะอาดบริเวณรอบๆร้านอาหาร					
3) การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก					
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด					
1) การบอกเล่าแบบปากต่อปาก					
2) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา					
3) มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม					
4) การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและ ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว					
5) การติดป้ายประกาศ					
6) การติดป้ายบอกทาง					
ความพึงพอใจด้านบุคลากร					
1) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท					
2) ความเป็นกันเอง เป็นมิตร					

ความพึงพอใจด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3) ความรวดเร็วในการบริการ					
4) พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไข ปัญหาได้ดี					
5) ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ					
ความพึงพอใจด้านกระบวนการ					
1) ความปลอดภัยของอาหาร					
2) ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ					
3) อุปกรณ์เครื่องครัวเพียงพอและสะอาด					
ความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม					
1) อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง					
2) สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด					
3) ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็น ได้โดยรวมจากร้านอาหาร					
4) มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้					
5) ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล					

ค่าบริการด้านอาหารที่ท่านจ่าย

บาท

3.4 การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก

ความพึงพอใจด้านการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) คุณภาพ และความใหม่ของสินค้า					
2) ความสะอาดของสินค้า					
3) ความหลากหลายของสินค้า					
4) ความสะอาดของร้านค้า					
ความพึงพอใจด้านราคา					
1) สินค้ามีราคาที่เหมาะสม					
2) มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน					
ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ					
1) ร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอดต่อผู้มาใช้บริการ					
2) การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก					

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) การบอกเล่าแบบปากต่อปาก					
2) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา					
3) มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม					
4) การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช้ฤดูท่องเที่ยว					
5) การติดป้ายประกาศ					
6) การติดป้ายบอกทาง					
ความพึงพอใจด้านบุคลากร					
1) มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท					
2) ความเป็นกันเอง เป็นมิตร					
3) ความรวดเร็วในการบริการ					
4) ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาได้ดี					
5) ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ					
ความพึงพอใจด้านกระบวนการ					
1) การจัดหมวดหมู่ของสินค้า					
2) ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ					
3) สามารถทดสอบสินค้าก่อนซื้อได้					
ความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม					
1) สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด					
2) สถานที่ตั้งสามารถเห็นได้ชัด					
3) อยู่ใกล้บริเวณท่าเรือขนส่ง มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า					

ค่าบริการด้านของฝากของที่ระลึกที่ท่านจ่าย _____ บาท

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างมาก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข

ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม

แบบทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

เรื่อง ตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย

ขอเสนอแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเพื่อให้ท่านพิจารณาตรวจสอบแก้ไขงานวิจัย เรื่อง ความสนใจและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัด ชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัด ชลบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัด ชลบุรี

และให้ความสำคัญของหัวข้อวิจัย ดังนี้

หัวข้อที่มีความสำคัญ	คะแนน เท่ากับ + 1
หัวข้อที่ไม่แน่ใจ	คะแนน เท่ากับ 0
หัวข้อที่ไม่สำคัญ	คะแนน เท่ากับ - 1

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกของจิตใจ ที่จดจ่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความรู้สึกของบุคคล ที่มีต่อธุรกิจบริการใดบริการหนึ่ง

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและหรือความประทับใจของผู้เยี่ยมชมที่เป็นผลมาจาก ความต้องการของผู้เยี่ยมชมที่ได้รับการตอบสนองในเรื่องการให้บริการในเกาะสีชัง

การบริการ หมายถึง การบริการแก่นักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวบนเกาะสีชังประกอบด้วย บริการรถรับจ้างหรือรถให้เช่า บริการร้านอาหาร บริการร้านของฝากของที่ระลึก

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินธุรกิจ ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

ท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วม ประชุมแต่ มิใช่ เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นถาวร

ผู้เยี่ยมชม (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ตั้งพักแรมของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็น การชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การ ประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้าง ในการระหว่างการเดินทาง ดังกล่าว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผู้เยี่ยมชมที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน

1. ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 365 วัน ในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”
2. ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้นหรือเรียกว่า “นักทัศนาจร (Excursionist or same day visitor)”

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม

ข้อ	ข้อความ	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
1	ท่านเคยมาเกาะสีชังนี้แล้วกี่ครั้ง	4			1.00
2	ผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี	4			1.00
3	ท่านได้รับรู้ข้อมูลของเกาะสีชังจากสื่อใด	4			1.00

คำถามเกี่ยวกับความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
ความสนใจใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อ	ข้อความ	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
1	คาราโอเกะ	4			1.00
2	สระว่ายน้ำ	4			1.00
3	นวดแผนไทย	4			1.00
4	อาหารและเครื่องดื่ม	4			1.00
5	ชื่อของฝาก ของที่ระลึก	4			1.00
6	ไปรษณีย์และส่งของ	4			1.00
7	อินเทอร์เน็ต	4			1.00
8	รถสองแถว รับส่งรอบเกาะ	4			1.00
9	รถมอเตอร์ไซด์	4			1.00
10	บริการพาเที่ยวรอบเกาะ โดยรถสกายแล็ป	4			1.00
11	ร้านล้างอัด ถ่ายรูป	4			1.00
12	ร้านกาแฟสด	4			1.00

ความสนใจใช้กิจกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
1	ค่าน้ำดูปะการัง	4			1.00
2	พายเรือ	4			1.00
3	บานาน่าโบ๊ท	4			1.00
4	ขี่จักรยาน	4			1.00
5	รถเอทีวี	4			1.00
6	ตกปลา/หาลา/ดูนก	4			1.00
7	ปิ่นเขา	4			1.00
8	กิจกรรมทางศาสนา	4			1.00

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
(การบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า)

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการบริการ				
1	จำนวนรถมีเพียงพอ	4			1.00
2	การแจ้งลักษณะการให้บริการทราบก่อนการให้บริการ	4			1.00
3	บริการเพิ่มเติม เช่น น้ำมัน	4			1.00
4	ความสะอาดของรถรับจ้าง/รถให้เช่า	4			1.00
5	การให้ความช่วยเหลือ ในกรณีที่มีปัญหา เช่น ยางแตก	4			1.00

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านราคา				
1	ค่าบริการ	4			1.00
2	การต่อรองราคาค่าบริการ	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ				
1	การจัดระบบคิวรถ เพื่อป้องกันการแย่งลูกค้า	4			1.00
2	มีการสร้างเครือข่ายกับสถานที่พัก ร้านอาหารในการให้บริการ	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด				
1	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา	4			1.00
2	การติดป้ายประกาศ ว่ามีจุดให้บริการรถรับจ้าง/รถให้เช่า	4			1.00
3	มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นหมู่คณะ	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านบุคลากร				1.00
1	ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	4			1.00
2	ความเป็นกันเอง เป็นมิตร	4			1.00
3	ผู้ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาคิดดี	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านกระบวนการ				
1	ความปลอดภัยในการเดินทาง	4			1.00
2	สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่ตกลงไว้	4			1.00
3	รถมีความพร้อมในการให้บริการ มีความสมบูรณ์	4			1.00
4	บริการการแนะนำให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	4			1.00

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม				
1	มีการจัดสถานที่จอดรถที่เป็นระเบียบ	4			1.00
2	สภาพแวดล้อมบริเวณ โดยรอบมีความสะอาด	4			1.00
	ค่าใช้บริการ				
	ค่าบริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่าที่ท่านจ่าย บาท	4			1.00

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
(การบริการด้านร้านอาหาร)

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการบริการ				
1	คุณภาพ ความสดใหม่ของอาหาร	4			1.00
2	รสชาติอาหาร	4			1.00
3	บริการเครื่องดื่ม	4			1.00
4	ความสะอาดของร้านอาหาร	4			1.00
5	บริการห้องน้ำ ห้องส้วม	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านราคา				
1	ค่าอาหาร	4			1.00
2	มีการแจ้งราคาที่ชัดเจนในรายการอาหาร	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ				
1	ร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	4			1.00
2	ความสะอาดบริเวณรอบๆร้านอาหาร	4			1.00
3	การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก	4			1.00

ข้อ	ข้อความ	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด				
1	การบอกเล่าแบบปากต่อปาก	4			1.00
2	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา	4			1.00
3	มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม	4			1.00
4	การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว	4			1.00
5	การคิดป้ายประกาศ	4			1.00
6	การคิดป้ายบอกทาง	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านบุคลากร				
1	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี อี้มเข้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	4			1.00
2	ความเป็นกันเอง เป็นมิตร	4			1.00
3	ความรวดเร็วในการบริการ	4			1.00
4	พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำพร้อมแก้ไข้ปัญหาได้ดี	4			1.00
5	ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านกระบวนการ				
1	ความปลอดภัยของอาหาร	4			1.00
2	ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ	4			1.00
3	อุปกรณ์เครื่องครัวเพียงพอและสะอาด	4			1.00

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม				
1	อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง	4			1.00
2	สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด	4			1.00
3	ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากร้านอาหาร	4			1.00
4	มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้	4			1.00
5	ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล	4			1.00
	ค่าใช้บริการ				
	ค่าบริการด้านอาหารที่ท่านจ่าย	4			1.00
	บาท				

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการบริการด้านท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
(การบริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก)

ข้อ	ข้อคำถาม	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการบริการ				
1	คุณภาพ และความสดใหม่ของสินค้า	4			1.00
2	ความสะอาดของสินค้า	4			1.00
3	ความหลากหลายของสินค้า	4			1.00
4	ความสะอาดของร้านค้า	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านราคา				
1	สินค้านี้มีราคาที่เหมาะสม	4			1.00
2	มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน	4			1.00

ข้อ	ข้อความ	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ				
1	ร้านมีความกว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	4			1.00
2	การสร้างเครือข่ายการบริการกับสถานที่พัก	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด				
1	การบอกเล่าแบบปากต่อปาก	4			1.00
2	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา	4			1.00
3	มีการลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม	4			1.00
4	การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่อุดหนุนท่องเที่ยว	4			1.00
5	การติดป้ายประกาศ	4			1.00
6	การติดป้ายบอกทาง	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านบุคลากร				
1	มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	4			1.00
2	ความเป็นกันเอง เป็นมิตร	4			1.00
3	ความรวดเร็วในการบริการ	4			1.00
4	ให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาคิดดี	4			1.00
5	ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ	4			1.00
	ความพึงพอใจด้านกระบวนการ				
1	การจัดหมวดหมู่ของสินค้า	4			1.00
2	ระยะเวลารอคอยก่อนได้รับบริการ	4			1.00
3	สามารถทดสอบสินค้าก่อนซื้อได้	4			1.00

ข้อ	ข้อความ	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	ไม่สำคัญ	ค่า IOC
	ความพึงพอใจด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม				
1	สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด	4			1.00
2	สถานที่ตั้งสามารถเห็นได้ชัด	4			1.00
3	อยู่ใกล้บริเวณท่าเรือขนส่ง มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า	4			1.00
	ค่าของฝากของที่ระลึก				
	ค่าบริการด้านของฝากของที่ระลึกที่ท่านจ่าย	4			1.00

ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

1. บริการด้านรถรับจ้างหรือรถให้เช่า		ค่าความเชื่อมั่น
1.1	ปัจจัยด้านการบริการ	0.8341
1.2	ปัจจัยด้านราคา	0.8686
1.3	ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	0.8100
1.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.8544
1.5	ปัจจัยด้านบุคลากร	0.8136
1.6	ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.8131
1.7	ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	0.8262
รวม		0.8524
2. บริการด้านร้านอาหาร		ค่าความเชื่อมั่น
2.1	ปัจจัยด้านการบริการ	0.8204
2.2	ปัจจัยด้านราคา	0.8393
2.3	ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	0.8112
2.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.8021
2.5	ปัจจัยด้านบุคลากร	0.8230
2.6	ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.8029
2.7	ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	0.8812
รวม		0.8488
3. บริการด้านร้านของฝากของที่ระลึก		ค่าความเชื่อมั่น
3.1	ปัจจัยด้านการบริการ	0.9033
3.2	ปัจจัยด้านราคา	0.7817
3.3	ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	0.8691
3.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.7792
3.5	ปัจจัยด้านบุคลากร	0.8190
3.6	ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.7817
3.7	ปัจจัยด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม	0.7498
รวม		0.8449

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นางสาวอารีรัตน์ ต้นทนงศักดิ์กุล

วัน เดือน ปี เกิด

19 มิถุนายน 2526

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

389 หมู่ 2 ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ
จังหวัดสมุทรปราการ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549

สังคมสงเคราะห์ศาสตร์

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2552

การจัดการมหาบัณฑิต

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University