

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพทยานและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย

สุวัจชัย เสมมา

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางบริหารงานท้องถิ่น และคณะกรรมการ  
ควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางบริหารงานท้องถิ่น ได้พิจารณาปัญหาพิเศษฉบับนี้แล้ว  
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางบริหารงานท้องถิ่น

..... ศศ.ดร. บุญจง .....

(อาจารย์กาญจนา บุญยัง)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางบริหารงานท้องถิ่น

..... ประธานกรรมการ

(ดร.นันทวัน อินทชาติ)

..... กรรมการ

(อาจารย์กฤษณา นันทเพชร)

..... กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์อุษณากร ทาวะรัมย์)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น ของ  
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(รองศาสตราจารย์ ศรุติ สกุลรัตน์)

วันที่ 30 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว พักผ่อนและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจากคณะอาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีอาจารย์กาญจนา บุญยัง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ อาจารย์กฤษเชต ไกรवास และดร.โกวิท กระจ่าง ได้สละเวลาอันมีค่า ในการให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนและบางแสน ที่ให้ความช่วยเหลือสละเวลาที่มีค่าในการพักผ่อน ได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ รวมถึงเพื่อนและพี่ ๆ นิสิตปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารงานท้องถิ่น รุ่นที่ 1 ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา

ประโยชน์ใด ๆ ที่พึงมีจากปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอส่งผลสู่ความสำเร็จในการพัฒนา และการปรับปรุง ซึ่งเป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว และจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ดีต่อไป

สุวัจชัย เสมอ

ชื่อปัญหาพิเศษ	ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	สุวัจชัย เสมมา
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารงานท้องถิ่น)
ปีการศึกษา	2549

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา จำนวน 236 คน และบางแสนจำนวน 164 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไคสแควร์ ด้วยวิธี exact method

ผลการศึกษา พบว่า 1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท/เดือน 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน โดยดูจากสถานที่ท่องเที่ยวและบริการและเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาครบครัน โดยรถส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001 - 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากอาหาร และเครื่องดื่ม กิจกรรมที่ชื่นชอบ คือ การท่องเที่ยวชมสถานที่/ การแสดง 3. ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
<b>2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	7
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความต้องการและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ.....	17
แนวคิดกับนโยบายการท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยว.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	27
<b>3 วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย</b> .....	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	28
เครื่องมือในการวิจัย.....	29

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
กระบวนการและระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4 ผลการศึกษา.....	32
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน.....	36
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน.....	40
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทาง ท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน.....	43
5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	50
สรุปผลการวิจัย.....	50
อภิปรายผล.....	51
ข้อเสนอแนะ.....	52
บรรณานุกรม.....	54
ภาคผนวก.....	57
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	63

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี.....	22
2	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ปี พ.ศ. 2548.....	22
3	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว.....	29
4	จำนวนและค่าร้อยละของสถานที่.....	32
5	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	33
6	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	33
7	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	34
8	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	34
9	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	35
10	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้.....	35
11	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ.....	36
12	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว.....	36
13	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยว.....	37
14	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มการท่องเที่ยว.....	37
15	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว.....	38
16	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	38
17	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามรูปแบบของค่าใช้จ่าย.....	39
18	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามกิจกรรมที่ชื่นชอบ.....	39
19	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในด้านสถานที่และการบริการ.....	40
20	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมการเดินทาง.....	41
21	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว.....	42
22	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมความพึงพอใจ.....	43
23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พหุคูณและบางแสน.....	43

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พัทยาและบางแสน.....	44
25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการเดินทาง ท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน.....	45
26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการเดินทาง ท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน.....	46
27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พัทยาและบางแสน.....	47
28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พัทยาและบางแสน.....	48
29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	49



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	17
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	27

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การทุกแห่งจะสามารถดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ดีเพียงใด การท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพ ผู้เดินทางท่องเที่ยวไม่จำกัด เฉพาะกลุ่มอายุช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้น หากรวมถึงประชากรทุกเพศทุกวัยและมีได้หมายความว่าเฉพาะการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (นิคม จารุมณี, 2536, หน้า 1) การท่องเที่ยวจึงถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ เพื่อการผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการใช้ชีวิตประจำวัน หลีกเลียงความจำเจเบื้อหน้าที่มีอยู่ ก่อให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ จากการได้พบเห็น ในสิ่งใหม่แปลกใหม่แตกต่างจากชีวิตประจำวันทีดำเนินอยู่เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น นอกจากนี้แล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมนุษยชาติ เกิดการเปรียบเทียบวัฒนธรรมความเจริญก้าวหน้าของของบ้านเมือง เกิดการปรับประยุกต์ความเจริญต่าง ๆ มาใช้ในบ้านเมืองของตนให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน เกิดการหมุนเวียนในกระแสเศรษฐกิจและสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539, หน้า 31) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการ ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งประเภททรัพยากรท่องเที่ยวตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท คือ

#### 1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง เป็นต้น

#### 2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

### 3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

ในสภาพสังคมปัจจุบันที่แออัดและแข่งขันเพื่อความอยู่รอด ประชาชนส่วนใหญ่ต้องทำงานหนักเพื่อปากท้องของตนเองและสมาชิกในครอบครัว จนกระทั่งไม่มีเวลาว่างที่สนใจต่อกิจกรรมอื่นใดที่นอกเหนือจากปากท้องและฐานะ จากความตึงเครียด คร่ำเคร่งต่อหน้าที่การงานเป็นเวลานาน เมื่อมีโอกาสหรือสถานภาพทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย จึงต้องมีการท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนคลาย ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเกิดจากสาเหตุหลายประการพอจะสรุปได้ ดังนี้ คือ

1. ความเคร่งเครียดในการทำงานตลอดเวลา ที่ต้องใช้ทั้งกำลังกายกำลังความคิดร่างกาย จึงจำเป็นต้องพักผ่อนเพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปจะได้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ดังนั้น การหยุดงานในวันสุดสัปดาห์ การหยุดพักร้อนหรือการปิดภาคเรียนของนักเรียนจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งการใช้เวลาว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว เพื่อการพักผ่อนเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ตามเวลาและฐานะทางเศรษฐกิจของแต่ละคนจะเอื้ออำนวยให้

2. รายได้ของประชาชนดีขึ้นการที่ฐานะด้านเศรษฐกิจของประชาชนดี ทำให้มีเงินออมและมีเงินเหลือพอที่จะเดินทางไปพักผ่อน และเดินทางเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ได้โดยไม่ทำให้ครอบครัวเดือดร้อนทางการเงิน ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นการพักผ่อนแล้วยังเป็นการหาประสบการณ์และเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเองด้วย

3. การคมนาคมสะดวก นับเป็นหัวใจสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว จะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น

4. การมีเวลาว่างทำจากความก้าวหน้าและเจริญทางเทคโนโลยี ทำให้มีการนำเครื่องมือเครื่องใช้ ที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตแทนแรงงานคน ทำให้การผลิตเพิ่มขึ้นรวดเร็วและแน่นอน เป็นเหตุให้คนมีเวลามากขึ้น พอที่จะไปพักผ่อนทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ได้

5. จำนวนประชาชนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเมืองเกิดความแออัดสภาพแวดล้อม โดยทั่วไปเกิดมลภาวะและสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจในเมืองมีจำกัด ดังนั้น ประชากรที่พักอาศัย

อยู่ในเมืองจึงหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนไปตามสถานที่ท่องเที่ยวในชนบท ก็ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างมากที่จะให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ต่างถิ่นหรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงในการเลือกเดินทางไปเที่ยวยังที่ต่าง ๆ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะคำนึงถึงมาก และถือเป็นเรื่องสำคัญมากทีเดียวสำหรับการเลือกสถานที่ที่จะไปพักผ่อน (วิสุทธิ ศรีคง, 2535, หน้า 16 - 17)

ในปัจจุบันนี้ การเดินทางท่องเที่ยวได้ขยายวงกว้างออกไปและได้พัฒนาจนกลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก และยังมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาช่วยแก้ไขสภาวะขาดดุลชำระหนี้ของประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการกระจายโอกาสให้แก่บุคคลทุกระดับ ทุกอาชีพและยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ (พวงบุญหงา ภูมิพานิช, 2535, หน้า 1) นอกจากนี้ความสำคัญทางเศรษฐกิจแล้ว การท่องเที่ยวยังให้คุณค่าทางการศึกษาและสุขภาพจิตที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งจะประ โยชน์มหาศาลต่อการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่อยากจะได้จากกิจกรรมอื่น ทางรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้พยายามส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเห็นว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศเป็น เครื่องมือทางนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของรัฐบาล เป็นบริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐบาลพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชน เป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุนตามแนวนโยบายการท่องเที่ยวของประชากรขององค์การสหประชาชาติ และเห็นว่าหากได้ดำเนินการ โดยเหมาะสม จะเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ภูมิปัญญา เป็นการยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด สร้างความภาคภูมิใจรักและหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ (ระพี สาคริก, 2530, หน้า 9 - 20 อ้างถึงใน เนาวัฒน์ พลายน้อย 2538, หน้า 2) ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการระบุไว้ชัดเจนในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ตามมาตราที่ 79 ว่า

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจะสงวนบำรุงรักษา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางชีวภาพอย่างสมดุล
2. ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมบำรุงรักษา และคุ้มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. ความคุ้ม และกำจัดภาวะมลพิษที่มีต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

สืบเนื่องจากการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามการปฏิรูประบบราชการ ซึ่งอาศัยกฎหมาย พ.ร.บ. ระเบียบราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 และพ.ร.บ. ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เกี่ยวกับการ โอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ รวมถึงการแก้ไขบทบัญญัติให้สอดคล้องกับการ โอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ต้องโอนภาระงานด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านพัฒนาบริการท่องเที่ยว และด้านทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว ไปให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จะยังคงทำหน้าที่ตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 จนกว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะรับโอนภารกิจไปดำเนินการหลังเดือนตุลาคม 2547 ไปแล้ว

นับแต่ปี 2546 ททท. จึงได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อสอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา พบว่า คนไทยส่วนหนึ่งมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น มีรสนิยมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิม และมีทัศนคติว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น โดยให้คุณค่าว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เป็นรางวัลกับชีวิต มิใช่ความฟุ่มเฟือยที่เคยคิดกันในอดีต คนไทยที่มีฐานะและสังคมในกลุ่มที่ดี จึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538, หน้า 30 - 31)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน กรณีศึกษา เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจาก ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลและธรรมชาติเป็นจำนวนมาก รวมถึงภาคตะวันออกของประเทศไทยด้วย ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง และมีปัจจัยที่แตกต่างกัน ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง พหุวิทยาและบางแสนก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว และพักผ่อนเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน กรณีศึกษา เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งในการวางแผน พัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว และจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ รวมถึงเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต อันจะส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของจังหวัดชลบุรีด้วย

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

## สมมติฐานการวิจัย

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
3. สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
5. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

## ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตในด้านพื้นที่การศึกษา ผู้วิจัยจะทำการศึกษารอบคลุมเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัทยาและบางแสน โดยแบ่งขอบเขตการศึกษาเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านการศึกษา
  - 1.1 ศึกษาถึงความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ ด้านความเหมาะสมในการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว โดยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย
  - 1.2 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน โดยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ขอบเขตด้านพื้นที่
 

ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตการศึกษาในด้านพื้นที่เป็น 2 สถานที่ คือ สถานที่ท่องเที่ยวเขตพัทยาและสถานที่ท่องเที่ยวเขตบางแสน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาตั้งแต่ พฤศจิกายน 2548 - มีนาคม 2549

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเท่านั้น มิได้รวมถึงการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น
2. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพญาและบางแสน จำกัดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว จำกัดเฉพาะเขตพญาและเขตบางแสน
4. ความเหมาะสมในการเดินทาง หมายถึง ระยะเวลาในการเดินทาง ความสะดวกในการเดินทาง และความหลากหลายของการเดินทาง
5. คุณค่าของการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสำคัญและการตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อชีวิตในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสุขภาพจิต ด้านความรู้และประสบการณ์ และด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและผู้ร่วมเดินทาง
6. ประสบการณ์การท่องเที่ยว หมายถึง ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวหรือจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ
7. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ ด้านความเหมาะสมในการเดินทาง ด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว โดยแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการวางแผน การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว และจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำงานวิจัยสาขาการท่องเที่ยวหรือสาขาที่เกี่ยวข้องในขอบเขตที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความต้องการและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด
4. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler, 1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ และถ้าหากตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่นต่อไป

อเดย์และแอนเดอร์เซน (Aday & Andersen, 1978 อ้างถึงใน สุวนิช ศิลาอ่อน, 2538) กล่าวถึงทฤษฎีที่ชี้พื้นฐาน 6 ประเภท ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ และความรู้สึกที่ผู้ให้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ให้บริการ ความพึงพอใจ 6 ประเภทนั้น คือ



1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (convenience) ซึ่งแยกออกเป็น
  - 1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (office waiting time)
  - 1.2 การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (availability of care when needs)
  - 1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (base of getting to care)
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (co - ordination) ซึ่งแยกออกเป็น
  - 2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (getting all needs met at one place)
  - 2.2 ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ให้บริการ
  - 2.3 ได้มีการติดตามผลงาน (follow up)
3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (information)
4. ความพึงพอใจต่ออหยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (courtesy) ได้แก่ การแสดงอหยาศัยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการ และความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ให้บริการ
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ให้บริการ
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (output - off - pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

เชลลี่ (Shelly อ่างถึงใน สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, 2538, หน้า 1 - 4)

ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปไว้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

พิณ ทองพูน (2529 หน้า 21) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึงความรู้สึกชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก ซึ่งความรู้สึกพอใจของผู้ใช้บริการนี้สามารถใช้เป็นมาตรวัดอีกอย่างหนึ่งที่จะใช้

วัดประสิทธิภาพของการบริการได้ โดยเฉพาะการให้บริการสาธารณะ เพราะการจัดบริการของรัฐนั้นมิใช่สักแต่ว่าจะทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึงการให้บริการที่ดีเป็นที่พึงพอใจของประชาชน

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538, หน้า 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการสนองตอบความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่มีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ซึ่งค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่นความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (อ้างถึงใน สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, 2538, หน้า 1 - 3) กล่าวว่าทัศนคติหรือความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น โดยที่บุคคลจะมีความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการขั้นพื้นฐาน (basic needs) โดยมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (incentive) โดยพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจ

ความหมายความพึงพอใจ

นักวิชาการให้ความหมายความพึงพอใจ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546, หน้า 793) ให้ความหมายพึงพอใจ คือ รัก ชอบใจ

โวลด์แมน (Wolman, 1993, p. 384) ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อบุคคลได้รับความสำเร็จสมความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือ แรงจูงใจ (motivation)

พจนานุกรมฉบับเวบสเตอร์ (Webster's) ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึง การได้รับตอบสนองความต้องการอย่างเต็มที่

มุลลินส์ (Mullins, 1985, p. 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากการที่มนุษย์มีแรงผลักดันบางประการในตนเองและพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการ หรือความคาดหวังที่มีอยู่ และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก กระบวนการเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการของบุคคล สมตามจุดมุ่งหมายที่คาดหวังไว้

### การวัดความพึงพอใจในบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความรู้สึกที่เป็นนามธรรมของผู้รับบริการ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ให้บริการ ได้ดำเนินการให้เกิดสมดุลระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการให้ค่ากับความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ 5 ประการดังนี้

1. การเข้าถึงบริการที่สะดวกสบาย และทำเทียม
2. การได้รับความสะดวกสบายทางกายภาพ
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้ และผู้รับบริการ
4. การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง
5. ค่าบริการที่เหมาะสม

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ มักจะ ได้แก่ ทรัพยากร (resources) หรือสิ่งเร้า (stimulus) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือการศึกษว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดขึ้น ได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

### แนวคิดเกี่ยวกับกรบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 124) กล่าวว่าบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์ที่เสนอเพื่อขาย หรือตอบสนองความพอใจแก่ลูกค้า หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการ ขายสินค้า บริการ มีลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น ได้หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่มีการซื้อ
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต และการบริโภคในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่น ๆ ให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัด ในเรื่องเวลา
3. ไม่แน่นอน (variability) การบริการมีลักษณะไม่แน่นอนขึ้นกับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร โดยในแง่ผู้ขายบริการ จะต้องมีการควบคุมดูแลคุณภาพที่ได้ 2 ขั้นตอนคือ
  - 3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงแก้ไขกิจการให้ดีขึ้น หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมนั่นเอง

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า หรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันทีทันใด

## แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความต้องการและทฤษฎีสถิตส่วนผลสมทางการตลาด

### ทฤษฎีความต้องการ

การศึกษาในเรื่องของแรงจูงใจจะช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมที่ออกมาซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจูงใจไว้มากมาย โดยผู้ทำการวิจัยขอแนะนำเสนอทฤษฎีของศาสตราจารย์ อับราฮัม เอช มาสโลว์ (Maslow, 1970, pp. 11-12) ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจและเป็นที่ยอมรับแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวมีสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการและความต้องการมีอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเรามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดมีการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ซึ่งความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้น ที่จะเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้มีการตอบสนองแล้ว ดังนั้นความต้องการระดับสูงก็จะมีการเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

มาสโลว์ (Maslow) ได้อธิบายถึงความต้องการพื้นฐาน (basic needs) ไว้ว่า ความต้องการที่เป็นพื้นฐานให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นมี 5 ประการเรียกว่า fundamental needs ได้แก่

#### 1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs)

เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ร่างกายจะต้องได้รับการตอบสนองภายในช่วงระยะสั้น ๆ และสม่ำเสมอ ถ้าร่างกายไม่ได้รับการตอบสนองแล้วชีวิต ก็จะดำรงอยู่ไม่ได้ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เป็นต้น

## 2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs)

เป็นความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ มีความปรารถนาที่จะได้รับความคุ้มครองจากอันตรายต่าง ๆ ที่จะมีต่อร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม ฯลฯ เป็นต้น มนุษย์ปรารถนาที่จะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ และสามารถคาดหมายได้ ความต้องการความปลอดภัยหมายรวมถึง ความรู้ของแต่ละบุคคลถึงข้อจำกัด หรือขอบเขตของพฤติกรรม ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในสังคม

## 3. ความต้องการทางสังคม (love and belonging needs)

เมื่อความต้องการสองประการแรกได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการที่อยู่ในระดับสูงกว่าจะเข้าครอบงำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน ความต้องการขั้นนี้ของบุคคลเป็นความต้องการที่ให้บุคคลหรือเพื่อนร่วมงานยอมรับความสำคัญของตน

## 4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (esteem needs)

ความต้องการอยากเด่นในสังคม รวมถึงความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระและเสรีภาพ รวมถึงความต้องการที่มีฐานะเด่น เป็นที่ยอมรับของคนทั้งหลาย การมีตำแหน่งในองค์กรหรือการที่สามารถเข้าใกล้ชิดกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้

## 5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความคิด (self - actualization needs)

ความต้องการพิเศษซึ่งคนธรรมดาส่วนมากนี้ก็อยากจะเป็น นึกอยากจะได้แต่ไม่สามารถหาได้ การที่บุคคลได้บรรลุถึงความต้องการในขั้นนี้ ก็ได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความคิดที่อยากเป็นนายกรัฐมนตรี หรือนักกีฬาที่มีความสามารถ ได้รับความยกย่องจากบุคคลทั่วไป แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันได้ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2517, หน้า 109)

ตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow) ดังกล่าวสรุปได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีพื้นฐานจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งอาจมีหลายประการ เพราะปกติการประกอบกิจการใด ๆ นั้น ย่อมจะต้องประกอบด้วยปัจจัยร่วมกันหลายสิ่ง การท่องเที่ยวก็เช่นกัน ดังบทความในวารสาร ASTA Travel News ซึ่งเขียนโดยโทมัส (Thomas) ที่อธิบายไว้ว่า มูลเหตุจูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวนั้นมี 17 ประการ คือ

### 1. เพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม

1.1 เพื่อที่จะศึกษาว่าคนในประเทศอื่น ๆ เชื้อชาติอื่น ๆ เขาคำรงชีวิตอยู่ทำงานและเล่นอย่างไร

1.2 เพื่อไปดูสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สนใจ

1.3 เพื่อไปดูให้เห็นจริง และเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ตกเป็นข่าวอยู่ในปัจจุบัน

2. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
    - 2.1 เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานที่จำเจ และยุ่งยาก
    - 2.2. เพื่อไป حمامสงบ
    - 2.3 เพื่อแสวงหาความสุขทางเพศที่แปลกใหม่
  3. เพื่อไปเยี่ยมเยือน
    - 3.1 เพื่อไปเยี่ยมถิ่นกำเนิด สถาบันที่เรียนหรือศึกษาอยู่
    - 3.2 เพื่อไปเที่ยวในสถานที่ที่ครอบครัวหรือเพื่อนเคยไป และสมาชิกชอบ หรือแนะนำให้ไปเที่ยว
  4. อื่น ๆ
    - 4.1 เพื่อหนีอากาศหนาว
    - 4.2 เพื่อสุขภาพ (อาบแดด รักษาโรค)
    - 4.3 เพื่อการกีฬา (ว่ายน้ำ เล่นสกี ตกปลา เล่นเรือใบ ฯลฯ)
    - 4.4 เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ (ค่าครองชีพไม่สูง)
    - 4.5 เพื่อการผจญภัย (แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ คนใหม่ ๆ และประสบการณ์ใหม่ ๆ)
    - 4.6 เพื่อการฝึกงาน
    - 4.7 เพื่อทำตามคนอื่น ๆ
    - 4.8 เพื่อไปร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ (ชม โบราณสถาน ชมการแสดงแสง และเสียง ชุมชน โบราณ อนุสรณ์สถาน)
    - 4.9 เพื่อสังคม (อยากรู้จักโลกให้กว้างขวาง)
- นอกจากนี้โรบินสัน (Robinson, 1976 อ้างถึงใน เขาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้ทำการศึกษาและได้ระบุว่ามูลเหตุในการท่องเที่ยวมี 8 ประการ คือ
1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตในโลกที่แก่ง แแยง และเต็มไปด้วยความจุกจุกหลุก และความเครียด
  2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อาบแดด อาบน้ำแร่ตามบ่อน้ำแร่ต่าง ๆ
  3. เพื่อไปร่วมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เช่น การเดินทาง ใต้เขา เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา และยิงปืน ฯลฯ
  4. เพื่อไปร่วมหรือ ไขว่สิ่งแปลกใหม่ในต่างประเทศ เช่น สิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม การแสดงดนตรี ฯลฯ
  5. เพื่อความรื่นรมย์ บันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่นเพื่อการพักผ่อน

6. เพื่อเหตุผลส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติไปพบเพื่อนใหม่ หรือเพื่อหลบหนีจากคนที่  
เกลียด

7. เพื่อการสนทนา โดยเฉพาะการเดินทางไปนมัสการศาสนสถาน เช่น การไปเยี่ยมที่ตั้ง  
ของศาสนสถานของพวกคาทอลิก หรือการเดินทางไปนมัสการเมกกะของชาวอิสลาม เป็นต้น

8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ เช่น การเดินทางไปทำธุรกิจ การไปร่วมประชุมแสดงผล  
งานวิจัย และการไปศึกษาหาความรู้

มูลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นพื้นฐานมี 4 ประการ คือ

1. มูลเหตุจูงใจเพื่อกายภาพหรือเพื่อร่างกาย (physical motivators)

ซึ่งรวมไปถึงการพักผ่อนร่างกายแข่งขันกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล หรือไปคำแนะนำ  
ของแพทย์ เพื่อให้พ้นจากภาวะการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียดและกดดันทุก

2. มูลเหตุจูงใจเรื่องวัฒนธรรม (cultural motivators)

มูลเหตุจูงใจในลักษณะนี้ หมายถึง มูลเหตุจูงใจเพื่ออยากรู้ อยากรู้อยากเห็น เกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ  
เช่น ในเรื่องเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ คุรียงศิลป์ การวาดภาพ ฯลฯ

3. มูลเหตุจูงใจเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal motivators)

ซึ่งหมายถึง การไปพบปะกับบุคคลอื่น ๆ เพื่อเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หลีกหนีจากสภาพที่  
จำเจประจำวัน โดยเฉพาะจากครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน และเพื่อ ไปแสวงหาเพื่อนใหม่

4. มูลเหตุจูงใจเพื่อสถานภาพและเกียรติภูมิ (status and prestige motivators)

หมายถึง ความต้องการที่จะยกระดับฐานะของตนให้สูงขึ้น มีเกียรติภูมิสูงขึ้น เช่น การไป  
ร่วมประชุมการศึกษา ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคน  
ที่มีเกียรติ มีสังคมที่ดีขึ้น

ทั้งนี้มีสาเหตุสำคัญที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกันอย่างกว้างขวาง  
ได้แก่

1. การศึกษาที่สูงขึ้น กระตุ้นให้มนุษย์เกิดความสนใจ อยากรู้อยากเห็น

2. ความเจริญก้าวหน้าในด้านการคมนาคม ทำให้คนเดินทางด้วยความสะดวก รวดเร็วขึ้น

3. การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยทำให้คนได้รู้จักโลกกว้างขึ้น ซึ่งเป็นแรงกระตุ้น ให้อยาก  
ไปสัมผัสด้วยตัวเอง

4. สื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น วิทยู โทรทัศน์ นิตยสาร วีดีโอ ภาพยนตร์  
โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ

5. มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้คนมีอำนาจในการจ่ายมากขึ้น

6. ความแออัดของเมืองใหญ่ ทำให้คนอยากกลับไปหาธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ และสภาพแวดล้อมใหม่ ที่สวยงามและแปลกตา

7. สวัสดิการสังคมที่เปิดโอกาสให้ลูกจ้าง ได้มีวันหยุดพักผ่อน โดยได้รับค่าจ้าง หรือการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ให้แก่พนักงานที่มียอดเยี่ยมดีเด่น เป็นต้น

8. มีการผลิตอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ทำให้คนมีเวลาว่างสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น

9. ในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ มีการกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัว ในเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่าการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศได้

จากสาเหตุต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมานี้ เมื่อนำมารวมกับความต้องการของมนุษย์ จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังส่วนต่าง ๆ ของโลกอย่างกว้างขวาง และเพื่อให้ผู้เดินทางได้รับความสะดวกสบาย จึงได้มีการจัดการจัดระบบในขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่นักท่องเที่ยวยังไม่เริ่มเดินทาง หรือยังไม่มีความคิดที่จะเดินทาง ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีการจัดระบบให้บริการข่าวสารเพื่อเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจไปท่องเที่ยว และลำดับต่อมาจะเป็นการจัดระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การพักผ่อน การให้บริการนำเที่ยว การให้บริการด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร บันเทิง สินค้าที่ระลึก รวมทั้งการคุ้มครองในด้านความปลอดภัย ในแต่ละส่วนดังกล่าวนี้สามารถเรียกรวมได้ว่าเป็น “บริการท่องเที่ยว” (tourist service) ซึ่งเมื่อรวมกับการจัดระบบในส่วนการบำรุงรักษา และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็เรียกว่าเป็น “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว”

(tourism industry) ที่ประเทศต่าง ๆ กำลังแข่งขันกันเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของตนอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ไปยังประชาชนได้เป็นจำนวนมาก

#### ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1990 อ้างถึงใน เยาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้กล่าวถึง ตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งใช้แนวคิดการตลาด เพื่อค้นหาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะได้สินค้าทางการท่องเที่ยวในการบำบัดความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) และประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) สถานที่ (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) และราคา (price) ได้กล่าวถึง การสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดดังกล่าวประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้ คือ



### 1. ผลิตภัณฑ์ (product)

คริสโตเฟอร์ และแพลนท์ (Christopher & Plant, 1992 อ้างถึงใน เขาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้กล่าวถึง สินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อนเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากประกอบด้วย สถานที่ (place) ได้แก่ สถานที่พักผ่อนในวันหยุด การบริการ (service) ได้แก่ การบริการของบริษัทนำเที่ยว ห้องพักของโรงแรม การอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในบางโอกาส ส่วนสินค้าทางการท่องเที่ยวก็สามารถจับต้องได้ เช่น สุราที่ขายในร้านค้าปลอดภาษี (duty free)

มิดเดิลตัน (Middleton, 1988อ้างถึงใน เขาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 องค์ประกอบ คือ

1. สิ่งดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยว (destination attractions) เช่น สิ่งดึงดูดในทางธรรมชาติ สิ่งดึงดูดในทางวัฒนธรรมและสังคม
2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในสถานที่ท่องเที่ยว (destination facility and service) เช่น ความพร้อมทางด้านที่พัก ความพร้อมทางด้านภัตตาคาร บาร์และคาเฟ่ ความพร้อมด้านการคมนาคมขนส่ง สถานที่เล่นกีฬาและสันทนาการ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอื่น ๆ
3. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (accessibility of destination) เช่น สาธารณูปโภคหรือโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) พาหนะในการเดินทาง การบริการนักท่องเที่ยว และกฎระเบียบของรัฐบาล
4. ภาพพจน์ของสถานที่ท่องเที่ยว (images of the destination) เป็นภาพพจน์ และความคาดหวังที่อยู่ในใจของผู้บริโภค ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
5. ราคาที่บริโภคยินดีจ่าย (price to the consumer) เป็นผลรวมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าที่พัก และการเลือกกระดับการบริการ ซึ่งทำให้สินค้ามีความแตกต่าง

### 2. ราคา (price)

แมคอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1990 อ้างถึงใน เขาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนโยบายราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่มีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องพิจารณา ซึ่งได้แก่ คุณภาพ ลักษณะเด่น วิธีการ แจกจ่าย และต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ตลอดจนขอบเขตของการแข่งขันทางการตลาด ลักษณะของตลาด กำไรที่ต้องการขององค์กร ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาที่ใช้ลดพิเศษเพื่อการส่งเสริมการขายและข้อควรคำนึงทางด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว

### 3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (place or distribution)

แมคอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1990 อ้างถึงใน เยาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายว่า มีผล กระทบต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ของส่วนผสมทางการตลาด ดังนั้นธุรกิจจะต้องเลือกช่องทางที่เหมาะสม และสอดคล้องกับ ส่วนผสมทางการตลาดอื่น ๆ

### 4. การส่งเสริมการตลาด (promotion)

แมคอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1990 อ้างถึงใน เยาวรี เจริญสวัสดิ์, 2543) ได้กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของการส่งเสริมการตลาด คือ สร้างความต้องการให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะกลายเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคตมาใช้บริการนำเที่ยว หรือมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ทำการส่งเสริมการตลาด ซึ่งใช้วิธีการ โฆษณา (advertising) การขายโดยใช้พนักงาน (personal selling) การประชาสัมพันธ์ (public relation) การให้ข่าว (publicity) และกิจกรรมส่งเสริมการขาย (sales promotion activities) ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจ (attract attention) ความสนใจ (create interest) ความต้องการ (create a desire) และต้องให้เกิดการกระทำการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (get action)

### แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการในที่นี้ หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำ ซึ่งดำเนินต่อไปจนสำเร็จ ณ ระดับหนึ่ง ก่อนหน้าที่ผู้บริโภคจะมีการแสดงออกในการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจย่อย อย่างเป็นกระบวนการมาก่อน กระบวนการในการ พิจารณาตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เรียกว่าลำดับ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ

1. การรับรู้ความต้องการ (need recognition) คือ การที่ผู้บริโภครู้ว่าตนเอง มีความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือ ใช้บริการ เช่น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จำเป็นต้องหาสถานที่ พักแรม เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (information search) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อประกอบการเลือกซื้อจากแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (personal sources) เป็นการค้นหาข้อมูลจากบุคคลอื่น เช่น จากคนในครอบครัวและญาติมิตร เป็นต้น

2.2 แหล่งทางการค้า (commercial sources) เป็นการค้นหาข้อมูลจากสิ่งและผู้ประกอบการค้า จัดทำขึ้น

2.3 แหล่งสาธารณะ (public sources) เป็นการค้นหาข้อมูลโดยผู้บริโภคเองที่เกิดจากการเคยใช้มาก่อน การตรวจสอบ หรือสัมผัสเกี่ยวข้องกับวิธีอื่น ๆ ผู้บริโภคจะใช้เวลาพยายามค้นหาข้อมูลมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่ก่อนแล้ว และความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ตลอดจนปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ความชอบ เป็นต้น

3. การประเมินค่าทางเลือก (evaluation of alternative) หลังจากค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อทำการจัดหรือเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รวบรวมมา โดยเหล่านี้จะเป็นเครื่องชี้คุณสมบัติที่พึงประสงค์ หรือไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ และของผู้บริโภค เช่น ราคา ความสะดวกสบาย และอื่น ๆ

ถ้าเกณฑ์ในการประเมินมีมากกว่าหนึ่งเกณฑ์ ผู้บริโภคอาจกำหนดน้ำหนักความสำคัญในเกณฑ์แต่ละอย่าง โดยให้คะแนนแก่เกณฑ์ต่าง ๆ สำหรับข้อมูลทุก ๆ ส่วน จากนั้นนำคะแนนรวมมาเปรียบเทียบกัน แล้วเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ตาม การประเมินทางเลือกนี้ ไม่สามารถคำนวณเป็นตัวเลขได้ง่าย เพราะบางครั้งเป็นสัญชาตญาณ

4. การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการ โดยอาศัยผลการประเมินทางเลือกเป็นเครื่องตัดสินใจ

5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (post purchase evaluation) หลังการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการแล้ว ผู้บริโภคจะเรียนรู้ว่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้ได้มากน้อยเพียงใด เกณฑ์ในการวัดความพอใจนั้น ผู้บริโภคจะใช้เวลาคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ก่อนการซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการมาตรฐาน ถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้มากกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจ แต่ถ้าน้อยกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจ

## แนวคิดกับนโยบายการท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยว

### นโยบายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจประเภทส่งเสริม ซึ่งในปัจจุบันมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อส่วนรวมมาก เนื่องมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์โดยรวม เพื่อแสวงหาเงินตราต่างประเทศ ลดสถานะการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดของประเทศ เป็นกิจกรรมที่จะสร้างงาน สร้างอาชีพ และช่วยกระจายรายได้ เพื่อเพิ่มเม็ดเงินภายในประเทศ หากงานหยุดชะงักจะเกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะเศรษฐกิจซบเซา เช่น ในปัจจุบันเป็นที่ตระหนักกันทั่วไปว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นรายได้หลักอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งสินค้าประเภทอื่นไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2525 และยังคงระดับความสำคัญในลำดับต้น ๆ ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นสมบัติของแผ่นดินสืบทอดต่อกันไป จึงได้รับการบรรจุไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2520 - 2524 เป็นต้นมาประกอบกับประเทศชาติประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจรัฐบาลจึงกำหนด อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เป็นสาระ สำคัญที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2546 - 2549
2. นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว
3. สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัด ชลบุรี
4. แผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2548

1. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2546 - 2549

1.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

1.2 ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่ และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

1.3 ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศ และต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็น หนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

1.4 มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะ และ จิตความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (driving force) ที่มี ประสิทธิภาพในการดำเนินงานและศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ได้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กร ในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การตลาด

1.5 เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-tourism) เพื่อ รองรับการทำธุรกรรมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้ง การดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องปรามเพื่อ เป็นหลักประกัน ในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548, ออนไลน์)

## 2. นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว

### 2.1 ด้านการบริการและการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของ รูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ และการท่องเที่ยว ดังนี้

### 2.2 ด้านการพัฒนาภาคบริการ

2.1.1 ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน อันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและ ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนารูปแบบการ ให้บริการ และการพัฒนาเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐาน

2.1.2 จัดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนากลยุทธ์ เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตรา ต่างประเทศ และรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ

2.1.3 เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะ ทั้งมาตรฐานการ บริการ และการจัดการเพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความตกลงระหว่าง ประเทศด้านการค้าบริการ

## 2.3 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.3.1 เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2.3.2 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้ตลาดเชิงรุก โดยการสร้างกิจกรรมที่ท่องเที่ยวทั้งระดับภายในและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.3.3 เพื่อให้เกิดการพัฒนาบูรณะฟื้นฟูมรดกและทรัพย์สินทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมือง และนอกเมือง การท่องเที่ยว สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชน ร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2.3.4 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดมหกรรมท่องเที่ยว และการพัฒนาฟื้นฟูชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.3.5 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

3. สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547, ออนไลน์)

ตารางที่ 1 สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี

รายการ	2544	2545	2546	2547
จำนวนโรงแรม	23,960	24,648	25,349	28,496
จำนวนห้องพัก	236	242	250	303
จำนวนนักท่องเที่ยว	3,890,509	3,936,618	4,667,234	3,595,764
- ชาวไทย	1,075,964	1,212,048	1,409,340	976,526
- ชาวต่างประเทศ	2,814,545	2,724,570	3,257,894	2,619,238
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	3,857,650	4,184,423	4,253,474	5,010,564
- ชาวไทย	1,177,762	1,305,598	1,463,304	1,680,824
- ชาวต่างประเทศ	2,679,888	2,878,825	2,790,170	3,329,740
จำนวนนักท่องเที่ยว	261,886	293,914	316,856	343,330
- ชาวไทย	201,236	229,634	251,256	271,484
- ชาวต่างประเทศ	60,650	64,280	65,600	71,846

ตารางที่ 2 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ปี พ.ศ. 2548

แหล่งท่องเที่ยว	ประชากร
บางแสน	1,168,082
พัทยา	1,680,824
รวม	2,848,906

4. แผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2548

4.1 วัตถุประสงค์การดำเนินงานภาพรวม

4.1.1 เพิ่มรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย

- เพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยและ/ หรือเพิ่มวันพักเฉลี่ย
- รักษาอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว

4.1.2 กระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศและกระจายรายได้สู่

ภูมิภาค แบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- แผนตลาดต่างประเทศ
- แผนตลาดในประเทศ

#### 4.2 กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดต่างประเทศปี 2548

- 4.2.1 เจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีการใช้จ่ายสูง
- 4.2.2 ส่งเสริมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและพักนาน
- 4.2.3 โฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ด้านบวกของประเทศ
- 4.2.4 ส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง green season
- 4.2.5 เพิ่มความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในตลาด short hual
- 4.2.6 สร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 4.2.7 เสนอขาย กิจกรรม เทศกาลประเพณี ให้เป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว
- 4.2.8 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น gate way ของภูมิภาคเอเชีย

#### 4.3 กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดในประเทศไทยปี 2548

- 4.3.1 สร้างกระแสนิยมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 4.3.2 เพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว
- 4.3.3 เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ
- 4.3.4 การเพิ่มวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวคนไทย
- 4.3.5 การเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- 4.3.6 การกระจายพื้นที่ท่องเที่ยว
- 4.3.7 ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคอีสาน และ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้กรณีพิเศษ
- 4.3.8 การกระจายฤดูกาลการท่องเที่ยว
- 4.3.9 การเพิ่มคุณภาพชีวิตคนไทย

#### สถานการณ์การท่องเที่ยว

นับตั้งแต่ได้จัดองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยขึ้นในปี พ.ศ. 2503 เพื่อรับผิดชอบดำเนินงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ จึงได้เริ่มจัดทำข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวบ่งชี้ถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในขณะนั้น โดยปีแรก (พ.ศ. 2530) ของการดำเนินงาน มีสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเยือนจำนวน 81,340 คน ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราเข้าสู่ประเทศ จำนวน 196 ล้านบาท



จากนั้น ได้มีการจัดทำข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวต่อเนื่องตลอดมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อทราบถึงภาวะการณ์ท่องเที่ยวในทุกขณะและสามารถนำมาเปรียบเทียบ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา จากสถิติกท่องเที่ยวที่รวบรวมไว้ในช่วง 10 ปีแรกของการดำเนินงาน เมื่อถึงปี พ.ศ. 2513 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมีจำนวนถึง 628,671 คน อัตราเพิ่มเฉลี่ยในช่วง 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.21 และในช่วงเวลาของการดำเนินงานอีก 10 ปีถัดมา คือในปี พ.ศ. 2523 สถิติกท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 1,858,801 คน อัตราขยายตัวเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 11.45 จนย่างเข้าสู่ทศวรรษที่ 3 ของการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 ซึ่งรัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีส่งเสริมท่องเที่ยวไทย (visit Thailand year 1987) เป็นผลให้ในปี พ.ศ. 2533 สถิติกท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนได้ขยายเพิ่มขึ้นมีจำนวนถึง 5,298,860 คน อัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 11.04 จนถัดมาในปี พ.ศ. 2534 ได้เกิดภาวะสงครามอ่าวเปอร์เซีย ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ทำให้สถิติกท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2534 มีอัตราลดลง คิดเป็นร้อยละ 4.00 นับจากนั้นจนถึงปัจจุบัน สถิติกท่องเที่ยวได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตลอด แม้จะเกิดภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศ ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา

จากสถิติดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มาเยือนประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นถึง 5 เท่า จากประมาณ 1.2 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2518 เป็นประมาณ 7 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2538 แต่จำนวนนี้เท่ากับประมาณร้อยละ 1.00 ของนักท่องเที่ยวของโลกเท่านั้น ดังนั้นประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตลาดนักท่องเที่ยวนานาชาติอีกมาก นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่นับได้ว่าเป็นความมหัสจรรย์ของโลกในจีนและอินเดีย และอยู่ในเส้นทางที่เชื่อมซีกโลกทางเหนือและทางใต้ ประเทศไทยจึงอยู่ในสถานะที่จะได้รับประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวนานาชาติในภูมิภาคเหล่านี้ และในฐานะสมาชิกกลุ่มประเทศอาเซียน ประเทศไทยสามารถที่จะเสนอบริการที่รวมแหล่งท่องเที่ยวของสมาชิกในกลุ่ม หรือมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อได้รับประโยชน์ร่วมกัน โดยเฉพาะในการท่องเที่ยวบางประเภทที่ จะต้องมีการลงทุนพร้อมกันทุกประเทศ เช่น การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ เป็นต้น

แนวโน้มของผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2553

world travel and tourism council (WTTC) ได้พิจารณาถึงแนวโน้มของการขยายตัวของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีความได้เปรียบในตลาดท่องเที่ยวโลกหลายประการ อาทิ

1. สินค้าทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ความสำเร็จจากโครงการ amazing Thailand ซึ่งจัดเป็นหนึ่งในโครงการ

ประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในโลก

3. ชีตความสามารถในการรองรับการเติบโตทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกด้าน ทั้งด้านที่พักและความเชื่อมโยงทางการบิน

4. ประเทศไทยเป็นตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีความคุ้มค่าเงินอย่างแท้จริง ในสายตาของนักท่องเที่ยว

จากความรู้ที่ได้เปรียบที่กล่าวถึงดังกล่าว คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะสามารถขยายจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นได้ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 7.50 ต่อปี ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายตัวของรายได้ จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 7.20 ต่อปี นอกจากนี้ยังได้คาดการณ์ว่า การฟื้นตัวของสภาพเศรษฐกิจในประเทศไทยจะส่งผลให้การบริโภคครัวเรือนด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการใช้จ่ายด้านการเดินทาง ทั้งของภาครัฐและเอกชนจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4.60 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2553

การขยายตัวของภาคบริการทั้งจากนักท่องเที่ยวคนไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีผลต่อเศรษฐกิจในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2553 ดังนี้

1. ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (tourism industry GDP) จะมีจำนวนถึง 784 พันล้านบาท หรือร้อยละ 4.80 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ

2. ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศของระบบเศรษฐกิจ ในภาคการเดินทางของการท่องเที่ยว (tourism economy GDP) จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 2.40 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.70 ของ GDP รวมของประเทศ

3. การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 0.90 โดยจะมีจำนวนแรงงานถึง 1,54 ล้านคน หรือร้อยละ 4.20 ของกำลังแรงงานของประเทศ

4. การจ้างงานในภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยรวมทั้งแรงงานทางตรงและทางอ้อมจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 3.00 และจะมีจำนวนแรงงานถึง 4.77 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.00 ของกำลังแรงงานของประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพงษ์ เกษมสิน (2530, หน้า 275 - 277) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจในด้านบริการ พบว่า ความพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ มีความแตกต่างกันไปแต่ละบุคคล แต่ในส่วนร่วมแล้ว ลูกค้ามีความพอใจที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการที่คล้ายกันในเรื่องความมั่นคงทางธุรกิจ การได้รับการยกย่องจากผู้ให้บริการ การได้รับความเป็นธรรมและเสมอภาคจากการให้บริการ ความนุ่มนวลและแนบเนียน มีวาจาสุภาพ กระตือรือร้นในหารบริการ ความพอใจต่อสถานที่ที่ให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการและความต่อเนื่องเพียงพอของการให้บริการ

วัลลภา ชายหาด (2532) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะของเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร ส่วนการศึกษา ระดับความพึงพอใจของประชาชนนั้นมาสามารถสรุปได้ว่า ประชาชนมีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการบริการ

พฤทธิสิทธิ์ บุญทัน (2536, หน้า 47 - 50) ได้ศึกษาเรื่อง ความพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า อายุ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

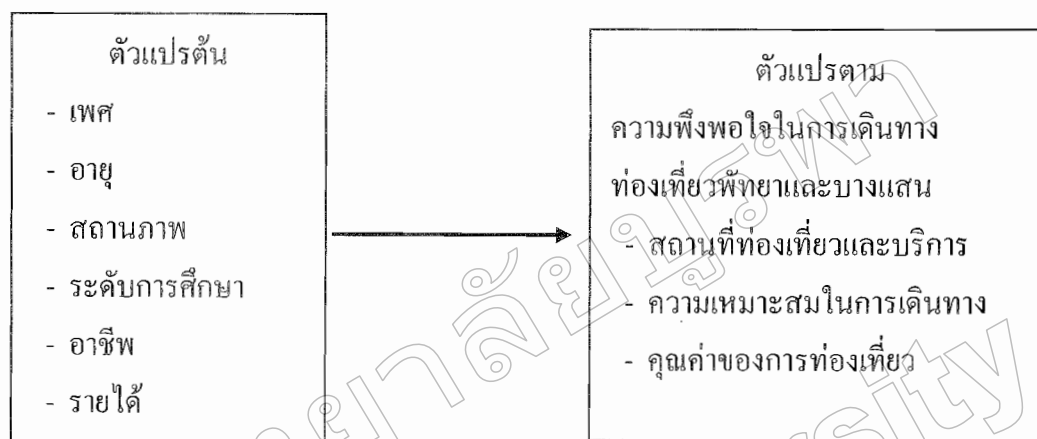
อ้อยทิพย์ กองสมบัติ (2538, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเสิงสาง และสาขามุดาหาร พบว่า อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ

เยาวรี เจริญสวัสดิ์ (2543, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพื่อนันทนาการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพอใจต่อทรัพยากรธรรมชาติในระดับปานกลางร้อยละ 61.3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อายุ และความคาดหวังต่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยกลุ่มที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก

ศรัณย์ ทิพย์บำรุง (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมากและมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านเทคโนโลยี ส่วนผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ อาชีพ ศาสนา เพศ และอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดและแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการทำวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน กับปัจจัยได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนการดำเนินการทำวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. กระบวนการและระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในบางแสนและพหุวิทยา จำนวน 2,848,824 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในบางแสนและพหุวิทยา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95.00 ดังนี้

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

n = จำนวนตัวอย่าง  
N = จำนวนประชากรที่ศึกษา  
e = ความคลาดเคลื่อน (กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ .05)

$$n = \frac{2,848,824}{1 + 2,848,824 (.05)^2}$$
$$= 399.94$$

ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาสัดส่วนจากจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวแต่ละแห่ง (ตารางที่ 1) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling)

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บางแสน	1,168,082	164
พัทยา	1,680,824	236
รวม	2,848,906	400

### เครื่องมือในการวิจัย

#### การสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทฤษฎีแรงจูงใจ และข้อมูลของพัทยาและบางแสน โดยนำ ข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างเครื่องมือวิจัยในรูปแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 นำข้อมูลที่ศึกษามาสร้างกรอบแนวคิด เพื่อร่างเป็นแบบสอบถาม ให้ครอบคลุม

#### ประเด็นที่ศึกษา

##### องค์ประกอบของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวัดเป็นแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นลักษณะทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีจำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นปลายปิด และปลายเปิดแบบเติมคำอธิบาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ซึ่งมีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ได้แก่

1. ความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่และการบริการมี 9 ข้อ 2. ความพึงพอใจต่อความเหมาะสมในการเดินทางมี 3 ข้อ 3. ความพึงพอใจในคุณค่าของการท่องเที่ยวมี 5 ข้อ โดยได้แบ่งระดับของความพึงพอใจ เป็น 5 ระดับ คือ

1. ระดับ 1 น้อยที่สุด
2. ระดับ 2 น้อย
3. ระดับ 3 ปานกลาง
4. ระดับ 4 มาก

5. ระดับ 5 มากที่สุด  
 โดยการแปลผล ใช้ค่าพิสัย โดยค่าสูงสุด ลบค่าต่ำสุด หารจำนวนชั้น จะได้เกณฑ์การแปล  
 ดังนี้

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์แปลความหมาย

1.00 - 1.80	หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	หมายถึง ความพึงพอใจน้อย
2.61 - 3.40	หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง
3.41 - 4.20	หมายถึง ความพึงพอใจมาก
4.21 - 5.00	หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ก่อนที่จะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้ศึกษาวิจัยได้นำแบบสอบถามนี้ไปตรวจสอบ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ อาจารย์กาญจนา บุญยัง อาจารย์กัญชเชต ไกรवास และดร. โกวิท กระจ่าง เป็นผู้ตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้อง และความชัดเจนของเนื้อหา เพื่อนำมาแก้ไขส่วนต่างๆรายละเอียดของงาน ให้แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้อง และเหมาะสมที่ใช้เก็บข้อมูล
2. การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขความถูกต้องและความชัดเจนของเนื้อหาแล้ว ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 15 ชุด และบางแสน 15 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยง โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่น = .80

### กระบวนการและระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ติดต่อขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในเขตพัทยาและบางแสน เพื่อจะขอเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว ในช่วงเวลาที่ทำกรเก็บรวบรวมข้อมูล
2. นำแบบสอบถามที่เกี่ยวกับงานวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ของพัทยาและบางแสน ตามขอบเขตการศึกษาที่กำหนดไว้โดยแบ่งเป็นแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา

จำนวน 236 ฉบับ และแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวบางแสน จำนวน 164 ฉบับ

3. ตรวจสอบจำนวน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามมาปรับให้ตรงกับความเป็นจริง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ มาบันทึกข้อมูลลงในแผ่นบันทึกข้อมูล (diskette) และทำการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (frequency distribution) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) วิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย ทดสอบ ไคสแควร์ ด้วยวิธี exact method



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในท้องเที่ยวพญาและบางแสน กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ศึกษาได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของพญาและบางแสน จำนวน 400 ชุด

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และนำมาสรุปการประมวลผลข้อมูล พร้อมทั้งวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ตามลำดับ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพญาและบางแสน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน

#### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของสถานที่

สถานที่	จำนวน (ชุด)	ร้อยละ
พญา	236	41.00
บางแสน	164	59.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนสถานที่ที่ศึกษา ได้แก่ พญาและบางแสน แบ่งเป็น พญาจำนวน 236 ชุด คิดเป็นร้อยละ 59.00 และบางแสน จำนวน 164 ชุด คิดเป็นร้อยละ 41.00

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	262	65.50
หญิง	138	34.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัตยา และบางแสน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 138 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.50

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 20 ปี ลงไป	51	12.75
21 - 30 ปี	161	40.25
31 - 40 ปี	125	31.25
41 - 50 ปี	44	11.00
มากกว่า 50 ปี	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัตยา และบางแสน จำนวน 400 คน กลุ่มอายุที่ท่องเที่ยวมากที่สุดคือ กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 กลุ่มอายุ ตั้งแต่ 20 ปีลงไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.00 และกลุ่มอายุที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ กลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.75

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	209	52.25
สมรส	181	45.25
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน จำนวน 400 คน กลุ่มสถานภาพที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กลุ่มโสด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา คือ กลุ่มสมรส จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 และกลุ่มสถานภาพที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ กลุ่มหม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 8 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	123	30.75
ปริญญาตรี	246	61.50
สูงกว่าปริญญาตรี	31	7.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน จำนวน 400 คน กลุ่มระดับการศึกษาที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กลุ่มปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมา คือ กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และกลุ่มระดับการศึกษาที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุดคือ กลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 9 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	54	13.50
ข้าราชการ	86	21.50
พนักงานบริษัทเอกชน	122	30.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	8.25
ธุรกิจส่วนตัว	105	26.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน จำนวน 400 คน กลุ่มอาชีพที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.50 รองลงมา คือ กลุ่มธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.25 กลุ่มข้าราชการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และกลุ่มอาชีพที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 10,000 บาท ลงไป	93	23.25
10,001 - 20,000 บาท	161	40.25
20,001 - 30,000 บาท	84	21.00
สูงกว่า 30,001 บาท	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน จำนวน 400 คน กลุ่มรายได้ที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.25 รองลงมา คือ รายได้ตั้งแต่ 10,000 บาท ลงไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 กลุ่มรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ กลุ่มรายได้ที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ รายได้สูงกว่า 30,001 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและ บางแสน

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ความถี่ในการเลือก	ร้อยละ
1. สถานที่ท่องเที่ยวและบริการ	281	24.89
2. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	193	17.10
3. สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	181	16.03
4. การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว	89	7.88
5. ประสบการณ์การท่องเที่ยว	144	12.75
6. การรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยว	13	1.15
7. ความพึงพอใจ	228	20.20
รวม	1,129	100.00

\*หมายเหตุ มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน จำนวน 400 คน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ จำนวนความถี่ 281 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 24.89 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ จำนวนความถี่ 228 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 20.20 และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนความถี่ 193 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 17.10

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว

ประสบการณ์การท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	364	91.00
ไม่เคย	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยา และบางแสน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 และไม่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 13 จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยว

จำนวน (คน)	ต่ำสุด (ครั้ง)	สูงสุด (ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย (ครั้ง)
364	1	50	13.52

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน จำนวน 364 คน มีค่าเฉลี่ยประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวน 13.52 ครั้ง/คน

ตารางที่ 14 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มการท่องเที่ยว

กลุ่มท่องเที่ยว	จำนวนคนที่เลือก	ร้อยละ
เพื่อน	186	29.71
ครอบครัว	293	46.81
ที่ทำงาน	85	13.58
คู่รัก/ แฟน	62	9.90
รวม	626	100.00

\*หมายเหตุ มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยา และบางแสน จำนวน 400 คน กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กลุ่มครอบครัว จำนวนคนเลือก 293 คน คิดเป็นร้อยละ 46.81 รองลงมา คือ กลุ่มเพื่อน จำนวนคนเลือก 186 คน คิดเป็นร้อยละ 29.71 กลุ่มที่ทำงาน จำนวนคนเลือก 85 คน คิดเป็นร้อยละ 13.58 และกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือ กลุ่มคู่รัก/ แฟน จำนวนคนเลือก 62 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90

ตารางที่ 15 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถส่วนตัว	348	87.00
รถโดยสาร/ รถประจำทาง	9	2.25
รถจ้างเหมา	43	10.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน จำนวน 400 คน รูปแบบการเดินทางที่นิยมมากที่สุด คือ รถส่วนตัว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 รองลงมา คือ รถจ้างเหมา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และรูปแบบการเดินทางที่นิยมน้อยที่สุด คือ รถโดยสาร/ รถประจำทาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 16 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 1,000 บาทลงไป	51	12.75
1,001 - 5,000 บาท	281	70.25
5,001 - 10,000 บาท	57	14.25
มากกว่า 10,001 บาท	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา และบางแสน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 1,000 - 5,000 บาท จำนวน 281 คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางตั้งแต่ 1,000 บาทลงไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และส่วนน้อยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ มากกว่า 10,001 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 17 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามรูปแบบของค่าใช้จ่าย

รูปแบบของค่าใช้จ่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่พัก	245	16.71
อาหารและเครื่องดื่ม	356	24.28
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	248	16.92
ค่าพาหนะ	75	15.12
ค่าซื้อของฝากและที่ระลึก	246	16.78
ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	137	9.34
ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	159	10.85
รวม	1,466	100.00

\*หมายเหตุ มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในด้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 24.28 รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายในด้านน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 248 คิดเป็นร้อยละ 16.92 และมีค่าใช้จ่ายในด้านของฝากและที่ระลึก จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 16.78

ตารางที่ 18 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามกิจกรรมที่ชื่นชอบ

กิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวชมสถานที่/ การแสดง	318	33.37
สถานบันเทิงยามค่ำคืน	79	8.30
ว่ายน้ำ/ กีฬาทางน้ำ	258	27.07
ดำน้ำชมปะการัง	38	3.98
ท่องเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ	122	12.80
ช้อปปิ้ง	138	14.48
รวม	953	100.00

\*หมายเหตุ มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่นิยมกิจกรรมในด้านท่องเที่ยวชมสถานที่/ การแสดง



จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 33.37 รองลงมานิยมกิจกรรมในด้านว่ายน้ำ/ กีฬาทางน้ำ จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 27.07 และนิยมกิจกรรมในด้านข้อปิ้ง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 14.48

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในด้านสถานที่และการบริการ

ด้านสถานที่และบริกา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	3.49	0.61	มาก	3
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.04	0.75	ปานกลาง	8
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้านร้านค้า และร้านอาหาร	3.39	0.66	ปานกลาง	4
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.28	0.57	ปานกลาง	7
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีที่พักผ่อนอย่างเพียงพอ	3.55	0.70	มาก	2
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีโรงแรมที่พักอย่างเพียงพอ	3.63	0.62	มาก	1
7. สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดวางทางกายภาพ (กำหนดผังเมือง) อย่างเหมาะสม	3.35	0.60	ปานกลาง	5
8. สถานที่ท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ	3.30	0.63	ปานกลาง	6
9. สถานที่ท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลเป็นอย่างดี	2.99	0.62	ปานกลาง	9
รวม	3.34	0.44	ปานกลาง	

ตารางที่ 19 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านสถานที่และบริกา ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในด้านสถานที่และบริกาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เช่นเดียวกัน ยกเว้นในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่พักผ่อนอย่างเพียงพอ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโรงแรมที่พักอย่างเพียงพอ ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโรงแรมที่พักอย่างเพียงพอมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่พักผ่อนอย่างเพียงพอ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านความเหมาะสมการเดินทาง

ด้านความเหมาะสมในการเดินทาง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. ท่านสามารถเดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	3.73	0.63	มาก	1
2. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางอย่างพอเพียง	3.45	0.65	มาก	2
3. ท่านสามารถเลือกเดินทางได้หลายทาง	3.41	0.58	มาก	3
รวม	3.53	0.54	มาก	

ตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านความเหมาะสมการเดินทางในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53, S.D. = 0.54$ ) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านความเหมาะสมการเดินทางเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสามารถเดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางอย่างพอเพียง และด้านสามารถเลือกเดินทางได้หลายทาง น้อยที่สุด

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว

ด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีสุขภาพจิตดีขึ้น	3.93	0.64	มาก	2
2. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีความรู้และประสบการณ์มากขึ้น	3.54	0.63	มาก	5
3. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ดีขึ้น	3.78	0.66	มาก	3
4. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านได้พบปะสังสรรค์ในครอบครัว/ ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	3.78	0.65	มาก	4
5. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านคลายเครียดจากการทำงาน/ การเรียน	4.00	0.67	มาก	1
รวม	3.80	0.55	มาก	

ตารางที่ 21 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.55$ ) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านคุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากเช่นเดียวกัน โดยพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการมาท่องเที่ยวทำให้ท่านคลายเครียดจากการทำงาน/ การเรียนมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีสุขภาพจิตดีขึ้น และด้านการมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวดีขึ้น

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมความพึงพอใจ

ภาพรวมความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ	3.34	0.44	ปานกลาง	3
2. ด้านความเหมาะสมการเดินทาง	3.53	0.54	มาก	2
3. ด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว	3.80	0.55	มาก	1
รวม	3.56	0.42	มาก	

ตารางที่ 22 เมื่อพิจารณาภาพรวมของความพึงพอใจในด้านต่างๆ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56, S.D. = 0.42$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกด้าน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากเช่นเดียวกัน ยกเว้น ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมด้านคุณค่าของการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการน้อยที่สุด

#### ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พักผ่อนและบางแสน

ตารางที่ 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พักผ่อนและบางแสน

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			$\chi^2$	sig
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ชาย	120 (45)	122 (46.56)	20 (7.63)	9.32	0.01*
หญิง	42 (30.43)	85 (61.59)	11 (7.97)		
รวม	162 (40.50)	207 (51.75)	31 (7.75)		

\*  $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับเพศ พบว่า มีจำนวน 31 คน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีจำนวน 207 คน มีระดับความพึงพอใจมาก และมีจำนวน 162 คน มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พักผ่อนและบางแสน พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 9.32 และมีค่า  $sig = 0.01$  ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้น เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนและบางแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนและบางแสน

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			$\chi^2$	sig
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ต่ำกว่า 20 ปี	28 (45.10)	23 (45.10)		19.60	0.01*
21-30 ปี	58 (36.02)	83 (51.55)	20 (12.42)		
31-40 ปี	58 (46.40)	60 (48.00)	7 (5.60)		
41-50 ปี	14 (31.82)	27 (61.36)	3 (6.82)		
มากกว่า 51 ปี	4 (21.05)	14 (73.68)	1 (5.26)		
รวม	162 (40.50)	207 (51.75)	31 (7.75)		

\*  $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจ พบว่า มีจำนวน 31 คน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีจำนวน 207 คน มีระดับความพึงพอใจมาก และมีจำนวน 162 คน มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พักผ่อนและบางแสน พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 19.60 และมีค่า  $sig = .01$  ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้น

อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			$\chi^2$	sig
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
โสด	84 (40.19)	105 (50.24)	20 (9.57)	6.50	0.14*
สมรส	73 (40.33)	99 (54.70)	9 (4.97)		
หม้าย/ หย่า แยกกันอยู่	5 (50.00)	3 (30.00)	2 (20.00)		
รวม	162 (40.50)	207 (51.75)	31 (7.75)		

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความพึงพอใจ พบว่ามีจำนวน 31 คน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีจำนวน 207 คน มีระดับความพึงพอใจมาก และมีจำนวน 162 คน มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 6.50 และมีค่า sig = 0.14 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้น สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจ			$\chi^2$	sig
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50 (40.65)	62 (50.41)	11 (8.94)	14.52	0.00*
ปริญญาตรี	108 (43.90)	119 (48.37)	19 (7.72)		
สูงกว่าปริญญาตรี	4 (12.90)	26 (83.87)	1 (3.23)		
รวม	162 (40.50)	207 (51.75)	31 (7.75)		

\*  $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจพบว่า มีจำนวน 31 คน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีจำนวน 207 คน มีระดับความพึงพอใจมาก และมีจำนวน 162 คน มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 14.52 และค่า sig = .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้น ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
พญาและบางแสน

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			$\chi^2$	sig
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
นักเรียน/ นักศึกษา	26 (48.15)	25 (46.30)	3 (5.56)	27.91	0.00*
ข้าราชการ	33 (38.37)	53 (61.63)			
พนักงาน บริษัทเอกชน	50 (40.98)	61 (50.00)	11 (9.02)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19 (57.58)	14 (42.42)	-		
ธุรกิจส่วนตัว	34 (32.38)	54 (51.43)	17 (16.19)		
รวม	162 (40.50)	207 (51.75)	31 (7.75)		

\*  $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ พบว่า มีจำนวน 31 คน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีจำนวน 207 คน มีระดับความพึงพอใจมาก และมีจำนวน 162 คน มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว พญาและบางแสน พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 27.91 และค่า sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้น อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
พทยาและบางแสน

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			$\chi^2$	sig
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	52 (55.91)	34 (36.56)	7 (7.53)	23.59	0.00*
10,000 - 20,000 บาท	56 (34.78)	88 (54.66)	17 (10.56)		
20,001 - 30,000 บาท	37 (44.05)	46 (54.76)	1 (1.19)		
สูงกว่า 30,001 บาท	17 (27.42)	39 (62.90)	6 (9.68)		
รวม	162 (40.50)	207 (51.75)	31 (7.75)		

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจ พบว่า มีจำนวน 31 คน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีจำนวน 207 คน มีระดับความพึงพอใจมาก และมีจำนวน 162 คน มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพทยาและบางแสน พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 23.59 และค่า sig = .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้น รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพทยาและบางแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	ปฏิเสธ	ยอมรับ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ		✓
2. อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ		✓
3. สถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ	✓	
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ		✓
5. อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ		✓
6. รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ		✓

จากตารางที่ 29 สรุปว่า

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
3. สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
5. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

เรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในบางแสนและพัทยา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบ ค่าไคสแควร์

#### สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท/ เดือน
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน โดยดูจากสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ และเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครบครัน โดยรถส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001 - 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากอาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมที่ชื่นชอบ คือ การท่องเที่ยวชมสถานที่/ การแสดง
3. ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

## อภิปรายผล

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ เพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างกันในด้านความคิดและทัศนคติ ซึ่งทำให้เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ซึ่งสอดคล้องกับงาน

วิจัยของปิติชัย รังสิยานนท์ (2541, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของ ประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีสำนักงานเขตบึงกุ่ม พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร ต่างกัน คือ ประชาชนเพศชายมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้านบริการสูงกว่า ด้านอื่น ๆ ส่วนเพศหญิง พบว่า มีความพึงพอใจด้านมนุษยสัมพันธ์สูงกว่าด้านอื่น ๆ

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ คนที่มีอายุแตกต่างกันย่อมมีวุฒิภาวะและประสบการณ์ที่ได้รับแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ พลุทธิสิทธิ์ บุญทัน (2536, หน้า 47 - 50) ได้ศึกษาเรื่อง ความพอใจของลูกค้าต่อการ ให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาร่มพวง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า อายุ ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ้อยทิพย์ กองสมบัติ (2538, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเลนงกทา และสาขามุกดาหาร พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการ รับบริการ

3. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและ บางแสน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะคนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา ชายหาด (2532) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะ ด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพฯ

4. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะอาชีพที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อฐานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน จึงทำให้บุคคลมีความสามารถในการเลือกบริโภคและการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ นายชูโชค ทิพย์โสทธิ (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจทัศนคติต่อความ พึงพอใจของผู้รับบริการด้านงานทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชนของสำนักงาน

เขตบางนา พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการด้านงานทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ความพร้อมในเรื่องเอกสาร การทราบขั้นตอนการติดต่อ ปัญหาได้รับการแก้ไข การให้บริการเป็นไปตามความคาดหวัง และประสบการณ์การรับบริการ

5. รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวและบางแสน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะรายได้ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อฐานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน จึงทำให้บุคคลมีความสามารถในการเลือกบริโภคและการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอ้อยทิพย์ กองสมบัติ (2538, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเถลิงถวัลยและสาขาอนุเคราะห์ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ

6. สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวและบางแสน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสถานภาพที่แตกต่างกัน อาจไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน สามารถเลือกเดินทางมาเป็นกลุ่มเดียวกันได้ เช่น กลุ่มครอบครัว คู่รัก/ แฟน เพื่อน และที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ร.ต.อ. เสกสรรค์ บัวเรือง (2542, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจ ศึกษาเฉพาะกรณี สถานีตำรวจภูธรตำบลสำโรงใต้ พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการในด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 เนื่องจากการศึกษา พบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย ที่สามารถรับรู้ข้อมูล การท่องเที่ยว และรับรู้ถึงคุณค่าการท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควร กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความทันสมัย และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาในด้านข้อมูลการท่องเที่ยว ที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมถึงให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าในการท่องเที่ยว

1.2 เนื่องจากการศึกษา พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควร กำหนดนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานการบริการ ควรมีความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยว และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว และเร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะ อีกทั้งมาตรฐานการบริการ และการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขัน และสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

เนื่องจากการศึกษา พบว่า ภาพรวมด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีจำนวน 6 ด้าน ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควร

2.1 มีการปรับปรุงด้านสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีความสวยงาม และสะอาดอยู่ตลอดเวลา

2.2 มีการกำหนดพื้นที่ของร้านค้า ให้มีความเป็นระเบียบ และช่วยกันรักษาความสะอาด

2.3 มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ รวมถึงให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว

2.4 มีการวางแผนในด้านการกำหนดผังเมือง การปรับภูมิทัศน์ ให้มีความเหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อความสวยงาม และความเป็นระเบียบเรียบร้อย

2.5 จัดเตรียมสถานที่จอดรถให้เพียงพอ และมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลอยู่ตลอดเวลา

2.6 มีกำหนดจัดอบรมพนักงานต้อนรับ เจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการในเรื่องบุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ และการมีจิตใจให้บริการที่ดี (service mind) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกที่ดีในการให้บริการลูกค้า

## 3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการเพิ่มเติมเรื่องประเด็นที่เหมาะสมในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างขึ้นไปสู่ระดับภาคเพื่อเปรียบเทียบระหว่างจังหวัดที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน และอาจทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในด้านปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจมาท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำงานวิจัยในสาขาการท่องเที่ยวในขอบเขตที่กว้างขวาง และลึกซึ้งยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). *โครงการศึกษาเพื่อการจัดการแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI).
- \_\_\_\_\_. (2546). *นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2546 ถึงปี 2549*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tat.or.th>.
- \_\_\_\_\_. (2547). *สถิติการท่องเที่ยวจังหวัด ชลบุรี* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tat.or.th>.
- \_\_\_\_\_. (2548). *แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2548*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tat.or.th>.
- \_\_\_\_\_. (2549). *แนวโน้มของผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2543-2553*. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- โกวิทย์ กังสนันท์. (2529). *กระบวนการตัดสินใจด้านการบริหารและกรอบแนวคิดทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูโชค ทิพย์โสทธิ. (2545). *การสำรวจทัศนคติต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการดำเนินงานทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชนของสำนักงานเขตบางนา*. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เชิดศักดิ์ โฉวาสินธุ์. (2520). *การวัดทัศนคติ*. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ติน ปรัชญพฤทธิ์. (2542). *ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ถวัลย์ วรเทพพุดมพิงษ์. (2530). *แนวความคิด กระบวนการ และโครงสร้างการตัดสินใจ*. เอกสารทางวิชาการประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มพูนความสามารถของกำนันในการบริหารงานพัฒนาชนบท. ขอนแก่น: โฆษะขอนแก่น.

- ทนายท กิตติกุล. (2540). *ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย กรณีศึกษาคนไทยที่กำลังเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยผ่านทางด่าน ตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2519). *องค์การและการบริหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. รายงานการวิจัยเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปิดิชัย รังสิยานนท์. (2541). *การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตบึงกุ่ม*. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาโอบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พฤทธิสิทธิ์ บุญทัน. (2536). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษาสาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2535). *การจัดนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตร.
- พิณ ทองพูน. (2529). *ความพึงพอใจที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการการประถมศึกษาจังหวัดใน 14 จังหวัดชายแดนภาคใต้*. สงขลา. มปท. (อัคราณา).
- เยาวรี เจริญสวัสดิ์. (2543). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพื่อนันทนาการ*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- วัลลภา ซายหาด. (2532). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะด้านความสะอาดของกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- วิสุทธิ ศรีคง. (2535). *ทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อปัญหาอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยวบนเกาะสมุย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สร้อย ทิพย์บำรุง. (2544). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: วิสัทธิพัฒนา
- เสกสรรค์ บัวเรือง, ร.ต.อ. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจศึกษาเฉพาะกรณี สถานีตำรวจตำบลสำโรงใต้*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2530). *การบริหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สมยศ นาวิการ. (2520). *องค์การ: ทฤษฎีและพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.
- สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร. (2538). *แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและแผน.
- สุวนิช ศิลอ่อน. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบของกระบวนการให้บริการของสำนักงานเทศบาลเมืองนครนายก*. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- แสวง รัตนมงคลมาส. (2536). *การตัดสินใจทางสังคม: การระดมมวลชนและการมีส่วนร่วมการจัดองค์กร*. ในเอกสารประกอบการเรียนวิชา พค.701. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). *ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เลื่อนกทาและสาขามุกดาหาร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (8<sup>th</sup> ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Maslow, A. M. (1970). *Moivaion and personality*. New York: Harper and Brothers.
- Mullins, L. T. (1985). *Management and orgnisational behaviour*. London: Pitman Publishing.
- Wolman. (1975). *A theory of non – maket failures*. Law: The public Interest.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistic An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

ภาคผนวก

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

การตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว  
และบางแสน กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการเขียน ภาควิชาปัญหาพิเศษ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานท้องถิ่น วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจมาท่องเที่ยวและบางแสน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในพืทยาและบางแสน

กรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ ทุกข้อตามสภาพความเป็นจริงในความคิดของท่าน ซึ่ง คำตอบทุกข้อของท่านถือเป็นความลับและใช้เป็นข้อมูลเฉพาะในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งผู้ศึกษา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

สำหรับเจ้าหน้าที่  
( ) บางแสน ( )

### แบบสอบถาม

เรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือในตารางให้ตรงกับข้อที่ท่านต้องการ  
และเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ \_\_\_\_\_ ปี

3. สถานภาพสมรส

( ) 1. โสด

( ) 2. สมรส

( ) 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

( ) 2. ปริญญาตรี

( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา

( ) 2. ข้าราชการ

( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) 5. ธุรกิจส่วนตัว

( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน \_\_\_\_\_ บาท

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสน

7. ท่านคิดว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. สถานที่ท่องเที่ยวและการบริการ | <input type="checkbox"/> 2. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว    |
| <input type="checkbox"/> 3. สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว    | <input type="checkbox"/> 4. การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 5. ประสบการณ์การท่องเที่ยว       | <input type="checkbox"/> 6. การรับรู้ถึงคุณค่า           |
| <input type="checkbox"/> 7. ความพึงพอใจ                   |  |

8. ท่านเคยเดินทางมาพหุวิทยาหรือบางแสนหรือไม่

1. เคย จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยว \_\_\_\_\_ ครั้ง
2. ไม่เคย

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกับ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |                |
|---|----------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อน                  | จำนวน _____ คน |
| <input type="checkbox"/> 2. ครอบครัว                | จำนวน _____ คน |
| <input type="checkbox"/> 3. ที่ทำงาน                | จำนวน _____ คน |
| <input type="checkbox"/> 4. คู่รัก/ แฟน             | จำนวน _____ คน |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ | จำนวน _____ คน |

10. รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. รถส่วนตัว  | <input type="checkbox"/> 2. รถโดยสาร/ รถประจำทาง    |
| <input type="checkbox"/> 3. รถจ้างเหมา | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ |

11. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยว \_\_\_\_\_ บาท/ ครั้ง

12. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ที่พัก                           | <input type="checkbox"/> 2. อาหารและเครื่องดื่ม        |
| <input type="checkbox"/> 3. ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง              | <input type="checkbox"/> 4. ค่าพาหนะ                   |
| <input type="checkbox"/> 5. ค่าซื้อของฝากและของที่ระลึก      | <input type="checkbox"/> 6. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง |
| <input type="checkbox"/> 7. ค่าบริการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____    |

13. กิจกรรมที่ชื่นชอบ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ท่องเที่ยวชมสถานที่/ การแสดง | <input type="checkbox"/> 2. สถานบันเทิงยามค่ำคืน |
| <input type="checkbox"/> 3. ว่ายน้ำ/ กีฬาทางน้ำ          | <input type="checkbox"/> 4. ดำน้ำชมปะการัง       |
| <input type="checkbox"/> 5. ท่องเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ      | <input type="checkbox"/> 6. ซ้อมปีง              |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____      |  |

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวและบริการ					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ					
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด					
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้านร้านค้า และร้านอาหาร					
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
5. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่พักผ่อนอย่างเพียงพอ					
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีโรงแรมที่พักอย่างเพียงพอ					
7. สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดวางทางกายภาพ (กำหนดผังเมือง) อย่างเหมาะสม					
8. สถานที่ท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ					
9. สถานที่ท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลเป็นอย่างดี					

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความเหมาะสมในการเดินทาง					
1. ท่านสามารถเดินทางมาสถานที่ ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก					
2. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีป้ายบอก ทางอย่างพอเพียง					
3. ท่านสามารถเลือกเดินทางได้หลายทาง					
คุณค่าของการท่องเที่ยว					
1. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีสุขภาพจิต ดีขึ้น					
2. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมีความรู้และ ประสบการณ์มากขึ้น					
3. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านมี ความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ผู้ร่วม เดินทางมาท่องเที่ยว ดีขึ้น					
4. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านได้พบปะ สังสรรค์ในครอบครัว/ ผู้ร่วมเดินทาง มาท่องเที่ยว					
5. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านคลายเครียด จากการทำงาน/ การเรียน					

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

## ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ

ชื่อ - สกุล	นายสุวัจชัย เสมมา
วัน เดือน ปีเกิด	15 มีนาคม 2522
สถานที่เกิด	อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	7 - 9 ถนนศรีวิชัย ตำบลพนัสนิคม อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2545	เจ้าหน้าที่ฝ่ายคลังสินค้า STAFF 3 บริษัท ไทยมิตซูย เคมีคอล จำกัด
พ.ศ. 2548 - ปัจจุบัน	ธุรกิจส่วนตัว
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ. 2544	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน
พ.ศ. 2550	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารงานท้องถิ่น) วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา