

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา  
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

กัญจน์พร ไชยคำ

327433

- 8 ต.ค. 2556

327433

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารทั่วไป


วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

กันยายน 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

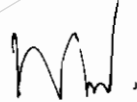
อาจารย์ผู้ควบคุมปัญหาพิเศษและคณะกรรมการสอบปากเปล่าปัญหาพิเศษ ได้พิจารณา  
ปัญหาพิเศษของ กัญจน์พร ไชยคำ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัย  
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

  
.....  
(อาจารย์วัลลภ ศัพท์พันธุ์)

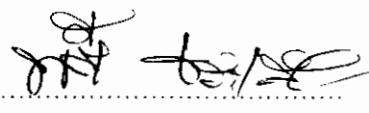
คณะกรรมการสอบปากเปล่าปัญหาพิเศษ

  
..... ประธานกรรมการ  
(ดร. กิจจุฑา ไกรवास)

  
..... กรรมการ  
(ดร. พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์เอกกฤษณ์ ฉัตรฤทธิ์)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชนีย์ ธาระเสน)

วันที่ 31 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2554

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชนที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา” สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้รับความอนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง โดยเฉพาะ อาจารย์วัลลภ ศัพท์พันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ ที่ได้ให้คำปรึกษา และเสนอแนะข้อคิดเห็นต่าง ๆ รวมไปถึงได้สละเวลาอันมีค่าตรวจทานปัญหาพิเศษฉบับนี้ ส่งผลให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงลงด้วยดี ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่าน และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ คุณธวัชชัย รัตต์ธัญญ์ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวยาวชน และการจัดการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาและขอขอบคุณคุณฉัตรชัย แสงเพชร ที่ได้เสียเวลาตรวจแบบสอบถามเพื่อให้การเก็บข้อมูลเกิดความสมบูรณ์มากที่สุด

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ไว้ ณ โอกาสนี้

กัญจน์พร ไชยคำ

ชื่อปัญหาพิเศษ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	กัญจน์พร ไชยคำ
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป)
ปีการศึกษา	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจเปรียบเทียบ และศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 381 คน วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T - test และ One - way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี มากที่สุด ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยที่ระหว่าง 20,001 - 50,000 บาท ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และสมรสแล้ว นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของการบริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านสถานที่พักมากที่สุด อันดับ 2 คือ ด้านความปลอดภัย อันดับ 3 คือด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อันดับ 4 คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับ 5 คือ ด้านการคมนาคมขนส่ง อันดับ 6 คือ ด้านร้านขายของที่ระลึก และขายสินค้าพื้นเมือง อันดับ 7 คือ ด้านการเผยแพร่โฆษณา อันดับ 8 คือ ด้านการจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว และอันดับ 9 คือ ด้านร้านอาหารและภัตตาคารเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในแต่ละด้านกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา มีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเมืองเขตพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ รายได้และสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และจากการสรุปข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต้องการให้ปรับปรุงด้านอาหารมากที่สุดรองลงมาคือ รายการนำเที่ยว ด้านมัคคุเทศก์ และต้องการให้เกิดการประสานงานระหว่างบริษัทนำเที่ยวในไทยกับบริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่นเห็นสมควรว่าเขตเมืองพัทยาคควรณรงค์เรื่องสถานที่พักให้คงรักษามาตรฐานไว้ ควบคุมการแสดงให้มีคุณภาพ ให้บริษัทนำเที่ยวประสานงานกับร้านอาหารและภัตตาคารให้ปรับปรุงด้านระยะเวลาในการรอรับประทานอาหารและการบริการของพนักงาน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักเมืองพัทยาและแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาให้มากขึ้น เพิ่มแหล่งบริการด้านข้อมูลข่าวสาร และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่น ๆ ด้วย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	3
สมมติฐานการวิจัย .....	4
ขอบเขตการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
<b>2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	6
แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการการตัดสินใจซื้อสินค้าและ บริการของผู้บริโภค .....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ .....	12
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว .....	24
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	26
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	29
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>31</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
เกณฑ์การแปลผล.....	33
4 ผลการวิจัย.....	35
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล.....	35
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ และเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มี ต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาแต่ละด้านกับ ข้อมูลส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	37
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ.....	47
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	49
สรุปผลการวิจัย.....	49
อภิปรายผลการวิจัย.....	51
ข้อเสนอแนะ.....	53
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก.....	59
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	69

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล..... 35
2	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านการคมนาคมขนส่ง ..... 37
3	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านสถานที่พัก. .... 38
4	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร..... 38
5	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์..... 39
6	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านสิ่งคูใจทางการท่องเที่ยว..... 40
7	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง..... 40
8	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านความปลอดภัย ..... 41
9	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านการเผยแพร่โฆษณา..... 42

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
10 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านการจัดบริการอื่น ๆ .....	42
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา .....	43
12 การเปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยานักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น .....	44
13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยากับอายุของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น .....	44
14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยากับอาชีพของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น ...	44
15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยากับรายได้ของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น ..	45
16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยานักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น .....	45
17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยากับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น .....	46
18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยากับสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น .....	46
19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยานักท่องเที่ยวยาวชวญี่ปุ่น .....	46
20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	47
21 ข้อเสนอแนะ .....	47



## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	30
-----------------------------	----

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดที่นำรายได้มาสู่ประเทศและมีแนวโน้มว่าจะสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ นอกเหนือจากมีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจแล้ว การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อการเมืองของประเทศ เราสามารถมองเห็นสภาพทางการเมืองจากภาวะของการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ สร้างความเข้าใจที่ดีให้แก่ชาวต่างประเทศ ข้อตกลงหรือสัญญาระหว่างประเทศในด้านการท่องเที่ยวมักจะแสดงถึงความร่วมมือ และความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างประชากรในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่นมีความสำคัญไม่เฉพาะด้านเศรษฐกิจและการเมืองเท่านั้น การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญในด้านสังคมอีกด้วย กล่าวคือ สามารถสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่น ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่น เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมต่าง ๆ และสร้างความภูมิใจ หวังแทนในมรดกศิลปวัฒนธรรมของตน ตลอดจนช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป (วรรณ วลัยวิชฌ, 2546, หน้า 19 - 22)

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ซีนามิซึ่งมีผลทำให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวลดลงร้อยละ 5 จากตลาดหลักคือ จีน เกาหลี ญี่ปุ่นฮ่องกง ไต้หวัน และมาเลเซีย เนื่องจากนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางเป็นครั้งแรกไม่สามารถแยกแยะระยะทางและจุดตั้งของพื้นที่ระหว่างภูเก็ตและกรุงเทพฯ ได้ จึงเข้าใจว่ากรุงเทพฯ ได้รับความเสียหายไปด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมายังสถานที่ที่เกิดโศกนาฏกรรมและต้องใช้เวลาหลายเดือนเพื่อให้เกิดการลืมเลือนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548) อย่างไรก็ตามทางรัฐบาลไม่ได้นิ่งนอนใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นดังจะเห็นได้จากรัฐบาลได้กำหนดแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ให้มีการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค จัดให้มีการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ส่งเสริมการลงทุน พัฒนารูปแบบบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้

มีคุณภาพและมาตรฐาน มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับ นำเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของ ตลาดโลก ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งพัฒนา ปัจจัยต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว มีกำหนดแผนการขยายจำนวน นักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศอยู่ที่ 13.38 ล้านคน ให้เพิ่มขึ้น 15 ล้านคน ในปี 2549 และ 20 ล้านคน ในปี 2551 (กรุงเทพมหานคร, 181247)

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของไทยที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดความสะดวกใน การเดินทางมาท่องเที่ยว สร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุม สัมมนาท่องเที่ยว เป็นรางวัล (MICE) และกลุ่มนักธุรกิจ พนักงานที่เดินทางมาเพื่อประชุม ศึกษาดูงาน (Corporate) ทำการตลาดแบบเจาะกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายนั้นก็คือนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นอีกทั้งยังมีความสามารถในการซื้อมากขึ้น ด้วย ในจำนวนนี้ ร้อยละ 66.1 มีรายได้ต่ำกว่า 100,000 เยน ร้อยละ 6.1 มีรายได้ 200,000 - 300,000 เยน ร้อยละ 10.6 มีรายได้ 30,000 เยนขึ้นไป จากจำนวนชาวญี่ปุ่นทั้งหมดที่เดินทางไปเที่ยว ในต่างประเทศ (วริษฐ์ ลิ้มทองกุล, 2548)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ใช้ความพยายามอย่างหนักเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวให้ เป็นไปอย่างมีคุณภาพ ราคายุติธรรม และเน้นให้ความรู้แก่บริษัทนำเที่ยวในเรื่องของ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา พร้อมทั้งผลักดันให้บริษัทนำเที่ยวเปิดเผยรายละเอียดของ การบริการ รวมทั้งราคาโปรแกรมนำเที่ยวที่เสนอขายด้วย ซึ่งการพยายามเช่นนี้ได้ส่งผลให้สภาพ การตลาดนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นดีขึ้น คนญี่ปุ่นเข้าใจการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยคำนึงถึง คุณภาพ การบริการ และเริ่มรู้ว่าควรเลือกซื้อทัวร์คุณภาพอย่างไร (เคลนิวิสต์, 111247) อีกทั้งทาง รัฐบาลญี่ปุ่นเองก็ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของไทยด้วยเช่นเดียวกัน จะเห็นได้จากหลังจาก การเฉลิมฉลองครบรอบความสัมพันธ์ไทย - ญี่ปุ่น ในเดือนกันยายน 2548 รัฐบาลทั้งสองประเทศ ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลงแลกเปลี่ยนด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยรัฐบาลญี่ปุ่นได้ส่ง นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมมนากลุ่มใหญ่ในช่วงปลายปี 2548 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

การที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้เองจึงทำให้มีบทบาทสำคัญต่อ การท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ จากเดิมที่เป็นเพียงตลาดท่องเที่ยวขนาดเล็ก สามารถเติบโต อย่างรวดเร็วจนถึงอยู่ในกลุ่มตลาดท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ 10 อันดับแรกของไทย (ศูนย์วิจัย กลยุทธ์ไทย, 2549) หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจต้องการมาท่องเที่ยวนั้นก็คือ พัทยา เนื่องจากพัทยานั้นมีจุดเด่นคือ อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ การเดินทางสะดวกสบาย เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีชื่อเสียงทางทะเลแห่งหนึ่งของประเทศไทยซึ่งเป็นที่นิยมของ นักท่องเที่ยว

ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีชายหาดที่เป็นชายหาดทรายเป็นแนวยาวต่อเนื่องกันถึง 15 กิโลเมตร แสงแดดที่เหมาะสมต่อการอาบแดดรวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น น้ำทะเลใส เกาะ ภูเขา ลักษณะ ภูมิประเทศที่สวยงาม การคมนาคมสะดวก มีสถานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ อีกทั้งเขตเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันมาช้านานของนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ เช่นเดียวกับที่พวกเขารู้จัก กรุงเทพฯ ฯ จึงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือ เมื่อปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวน 254,756 คน พ.ศ. 2549 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เป็น 421,887 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 65.60 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้รัฐบาลจะให้การสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวจากชาวญี่ปุ่นมากขึ้น แต่ก็ยังมีปัญหาเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น ปัญหาการทิ้งนักท่องเที่ยว ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยวให้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาการดำเนินการของบริษัททัวร์ในประเทศ ไม่เป็นไปตามที่ตกลงกับนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดการท่องเที่ยว คุณภาพที่พัก อาหาร พาหนะเดินทาง (สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1, 2548)

จากการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้นและปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาเพื่อให้เกิดแนวทางในการนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นซึ่งถือว่าเป็นตลาดการท่องเที่ยวแหล่งใหญ่ที่เราไม่ควรมองข้ามต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรส
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

## สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีรายได้ต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
2. ขอบเขตด้านประชากรวิจัย
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

## นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาจากประเทศญี่ปุ่น

(The People's Japan)

ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ตอบสนองต่อสิ่ง ๆ หนึ่งซึ่งเป็นที่พึงพอใจทั้งทางบวกและทางลบ

การบริการและท่องเที่ยว หมายถึง การบริการที่จะเข้ามาทำหน้าที่เชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรารถนา

การคมนาคมขนส่ง หมายถึง การจัดการจราจร การจัดหาหนะสำหรับเดินทางท่องเที่ยวทั้งทางน้ำและทางบก

สถานที่พัก หมายถึง ความปลอดภัยของบริเวณที่พัก ความสะอาดของห้องพัก รวมถึง

### สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

ร้านอาหารและภัตตาคาร หมายถึง การจัดการด้านอาหารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวรวมถึงรสชาติ ความสะอาดของอาหาร การบริการของพนักงาน

บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หมายถึง รายการนำเที่ยวต่าง ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดและตัวมัคคุเทศก์ในด้านต่าง ๆ เช่น ความมีมนุษยสัมพันธ์ มีบุคลิกภาพดี มีความรู้ มีน้ำเสียงชัดเจน แจ่มใส ชวนฟัง รวมถึงความสามารถในด้านต่าง ๆ ของมัคคุเทศก์ เช่น ความสามารถในการใช้ภาษาญี่ปุ่น ความสามารถในการแก้ปัญหา

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งบันเทิง

ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง หมายถึง สินค้าประเภทต่าง ๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องแต่งบ้าน อาหารของที่ระลึกหัตถกรรมพื้นบ้านต่าง ๆ เครื่องใช้ประจำบ้าน ของเด็กเล่น รวมถึงการพัฒนารูปแบบสินค้าประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน และการจัดบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ

ความปลอดภัย หมายถึง การแนะนำนักท่องเที่ยวจากมัคคุเทศก์เพื่อมิให้ได้รับอันตรายต่าง ๆ และความปลอดภัยทั้งในด้านชีวิตและทรัพย์สินตลอดเวลาที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

การเผยแพร่โฆษณา หมายถึง การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นได้รู้จักเมืองพัทยามากขึ้น

การจัดบริการอื่น ๆ หมายถึง การบริการด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการบันเทิงอื่น ๆ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดพอใจต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอย่างสูงสุด
2. นำผลการศึกษาวิจัยเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของเมืองพัทยา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในปิงบประมาณต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารายงานจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวเมืองพัทยา
6. แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการศึกษา

#### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คำว่า “พึงพอใจ” มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” หมายถึง ความรู้สึกดีในระดับที่ต้องการ และมีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้คำจำกัดความ ความหมายของ “ความพึงพอใจ” ไว้พอสรุปได้ ดังนี้

มอร์ส (Morse, 1955, p. 27 อ้างถึงใน วรณิ บันเทิง และคณะ, 2533, หน้า 34) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง สิ่งใดก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง และความตึงเครียดนี้ เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากจะเกิดปฏิกิริยา เรียกร้อง เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองความตึงเครียดก็จะลดน้อยลง หรือหมดไปทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ

วรูม (Vroom, 1964) กล่าวว่า ทศคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถให้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นและมีทัศนคติใน

ด้านลบซึ่งจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจในสิ่งนั้นนั่นเอง

แมคคอมมิก (McComic, 1965, p. 95 อ้างถึงใน วัฒนา เพ็ชรวงษ์, 2542, หน้า 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) โดยพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

เดวิส (Davis, 1967, p. 81 อ้างถึงใน จรรยา ศิริพร, 2537, หน้า 14) กล่าวว่า พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์คือ ความพยายามที่จะขจัดความคับแค้นใจ ความกระวนกระวาย หรือภาวะที่ไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย เมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

วอลเลสเทน (Wallerstein, 1971, p. 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความสุขขั้นสุดท้าย (End State in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วอลแมน (Wolman, 1973, p. 283) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Want) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

พอตเตอร์ และลอว์เลอร์ (Potter & Lawler, 1975) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง แนวคิดหรือทัศนคติอย่างหนึ่ง เป็นภาวะรับรู้ภายในซึ่งเกิดจากความคาดหวัง

เพาเวลล์ (Powell, 1983, pp. 17 - 18 อ้างถึงใน บุษกร พงษ์ชวลิต, 2541, หน้า 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข สนุกสนาน ปราศจากความรู้สึกที่เป็นทุกข์ ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าบุคคลจะได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ สิ่งที่ต้องการ แต่ความพึงพอใจนั้นหมายถึง ความสุขที่เกิดจากการปรับตัวของตนต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี และเกิดความสมดุลระหว่างความต้องการของบุคคลและการได้รับการตอบสนองในสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้น

วูดไซด์ เฟรย์ และดาลี (Woodside, Frey & Daly, 1989, pp. 5 - 17 อ้างถึงใน บุษกร พงษ์ชวลิต, 2541, หน้า 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของผู้รับบริการที่ตอบสนองต่อประสบการณ์ที่จะรับจากการบริการ

ชามพิน (Chaphiml, 1994, p. 256 อ้างถึงใน บุษกร พงษ์ชวลิต, 2538, หน้า 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจตามคำจำกัดความของพจนานุกรมด้านจิตวิทยา หมายถึง ความรู้สึกในขั้นแรกเมื่อบรรลุจุดมุ่งหมายโดยมีแรงกระตุ้น

มิลลินซ์ (Muilins, 1985, p. 8 อ้างถึงใน วัฒนา เพ็ชรวงษ์, 2542, หน้า 17) กล่าวว่า



ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรูสึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามที่จะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้น และจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

ชริณี เดชจินดา (2530 อ้างถึงใน พูนพิสมัย พรหมภิบาล, 2540, หน้า 4) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรูสึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรูสึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรูสึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

อมร รักษาสัตย์ (2533, หน้า 27) ให้ความเห็นว่า ความพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริหารงานได้ เพราะการจัดบริการของรัฐไม่ใช่สักแต่จะทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึง การให้บริการอย่างดีเป็นที่พอใจแก่ประชาชน

กิตติพงษ์ โรจน์จึงประเสริฐ (2542, หน้า 61) กล่าวว่า นอกจากการวัดความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นการวัดสมรรถนะของระบบบริหารคุณภาพแล้ว ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้ายังส่งผลต่อความก้าวหน้าหรือความล้มเหลวทางธุรกิจต่อองค์กรด้วย

เกรียงเทพ วีระนันทนพันธ์ (2546, หน้า 73) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความชอบใจหรือความสนใจที่ได้รับการบริการตามที่ได้อาคัดหวังไว้หรืออาจเกิดความพึงพอใจมากกว่าที่ได้คาดหวังไว้

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติ หรือความรูสึกส่วนบุคคล เมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดหมาย ในระดับหนึ่งแล้วอาจเกิดความพึงพอใจซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ความพึงพอใจของบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และลักษณะส่วนบุคคล สิ่งที่ทำให้เกิดความรูสึกพึงพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใด เป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการอย่างครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดทรัพยากรที่มีอยู่อย่างถูกต้องเหมาะสม (วิภาวดี วงษ์บริสุทธิ์, 2536, หน้า 35)

ดังนั้น การติดตามและการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งจัดเป็นลูกค้าของธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง จึงใช้เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจ ดังนี้ (รัตนา สุขะนิรินทร์,

2547, หน้า 14)

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) ได้แก่ การวิจัยการตลาด โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction)

2.2 การสอบถามลูกค้าว่า ได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่อย่างไร

2.3 การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

2.4 การให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product Performance Rating)

2.5 การสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า (Repurchase Intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัท และคู่แข่ง พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

4. วิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) จะเป็นการวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

#### เทคนิคการวัดทัศนคติของลิเกิร์ต

เทคนิคการวัดทัศนคติของลิเกิร์ตนี้ แบ่งคะแนนทัศนคติหรือความรู้สึกออกเป็น 5 ช่วงเท่า ๆ กัน โดยแบ่งเป็นข้อความเชิงบวก และข้อความเชิงลบ

1. ข้อความเชิงบวก

เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เห็นด้วย

ไม่แน่ใจ

ไม่เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ข้อความเชิงลบ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เห็นด้วย

ไม่แน่ใจ

ไม่เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ได้คิดหาวิธีแบ่งช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อใช้เป็นมาตรฐานสำหรับเปรียบเทียบคะแนนค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ เรียกว่า Arbitrary Weighting Method โดยมีหลักเกณฑ์ให้ยึดจุดกึ่งกลางเป็นหลักจาก 1 ไปถึง 5 ดังนี้ เบสท์ (Best, 1981 อ้างถึงใน วสุธาร ศรีนพรัตน์, 2534, หน้า 227)

1.000 - 1.500 = น้อยที่สุด/ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.501 - 2.500 = น้อย/ ไม่เห็นด้วย

2.501 - 3.500 = ปานกลาง/ ไม่แน่ใจ

3.501 - 4.500 = มาก/ เห็นด้วย

4.501 - 5.000 = มากที่สุด/ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากวิธีการนี้ สีน พันธุ์พินิจ (2549, หน้า 46) ได้นำมาประยุกต์โดยใช้ทศนิยมเพียง 2 ตำแหน่งดังนี้

1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด/ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.51 - 2.50 = น้อย/ ไม่เห็นด้วย

2.51 - 3.50 = ปานกลาง/ ไม่แน่ใจ

3.51 - 4.50 = มาก/ เห็นด้วย

4.51 - 5.00 = มากที่สุด/ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

#### ความสำคัญของความพึงพอใจ

ดนนัย เทียมพูน (2543, หน้า 26 อ้างถึงใน ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาณิชย์, 2546, หน้า 15) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จะช่วยส่งผลต่อกำไรกับธุรกิจ 4 หนทางด้วยกัน คือ

1. เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ
2. สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก
3. เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของลูกค้า
4. มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

สวอร์บรูค (Swarbrooke, 1999, p. 238 อ้างถึงใน ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาณิชย์, 2546, หน้า 15) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมีความสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวรายใหม่ ๆ จากการแนะนำแบบปากต่อปากไปยังเพื่อนและญาติของนักท่องเที่ยว
2. สร้างความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก เพื่อให้หวนกลับมา

ทองเที่ยวอีก อันเป็นการนำมาซึ่งรายได้ที่แน่นอน โดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่ม

3. ความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีต้นทุนที่สูง เสียเวลามาก และส่งผลเสียต่อชื่อเสียงขององค์กรอีกด้วย นอกจากนี้ยังรวมถึงต้นทุน โดยตรงที่จะเกิดขึ้นในรูปของเงินสดหรือค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหาข้อบกพร่อง

## แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม และกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค

### พฤติกรรมของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ถักยิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปะทะวานิช (2538, หน้า 27 - 28) พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538, หน้า 46 - 47) กล่าวว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการคือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลพฤติกรรม 4) การตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal) หมายถึง การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนเองซึ่งอาจเกิดเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น
  2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหาคือ เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ในขั้นที่หนึ่งแล้ว ในขั้นที่สองนี้จะเป็นการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้
    - 2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ
    - 2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การแสดงสินค้า ฯลฯ
    - 2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
    - 2.4 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยงานวิจัยภาวการณ์ตลาดของผลิตภัณฑ์
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์

ต่าง ๆ จากข้อมูลที่รวบรวมได้ในขั้นที่สอง หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคือ

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น โรงแรม คุณภาพที่ตั้ง ความสะอาด บรรยากาศ ราคา การให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และจัดลำดับความสำคัญสำหรับคุณสมบัติต่าง ๆ

3.2 ความเชื่อถือเกี่ยวกับตรา ความเชื่อถือนี้จะมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจพิจารณาอัตราประโยชน์ที่จะได้รับสำหรับคุณสมบัติแต่ละอย่างของผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบระหว่างยี่ห้อต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หลังจากการมีการประเมินผลจากข้อ 3 โดยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นกับความรู้สึกรู้สึกของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่เขาคาดหวัง เขาจะพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติต่ำกว่าที่คาดหวัง เขาจะไม่พอใจและไม่ซื้ออีก

### แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ คือ การทำให้ผู้อื่นชื่นชอบ ได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความต้องการ การทำให้ผู้อื่นที่ใช่เรา รู้สึกความประทับใจโดยมีเงื่อนไขแห่ง “การให้” ทั้งที่เป็นสิ่งที่จับต้องได้และไม่ได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และอภัยเสียดี นอกจากนี้การบริการยังหมายถึงการขายตลาดหรือแม้กระทั่งความหมายในเชิงการประชาสัมพันธ์ การให้บริการแก่ประชาชน ลูกค้า รวมทั้งอำนวยความสะดวกสบาย เพื่อเป็นการสร้างค่านิยมและภาพพจน์ (วารสารรถไฟสัมพันธ์, 2544, หน้า 13 - 15)

ระดับการบริการ (Service Level) หมายถึง ระดับผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ ทั้งแบบรูปธรรมและนามธรรม ในการรับบริการทั้งเชิงวัตถุและเชิงบรรยากาศ ประโยชน์เชิงวัตถุที่จับต้องได้ เช่น อาหาร ตัดผม และ พาเที่ยว ประโยชน์เชิงบรรยากาศ เช่น ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อลูกค้า พฤติกรรมนิสัย การพูดจาที่ส่งมอบบริการ ตัวอย่าง การขายอาหาร หากไม่ร้อนก็อุ่นให้แล้วก็ พูดจาดี ๆ ยิ้มแย้มแจ่มใส บรรยากาศร้านค้าสะอาด

ความท้าทายอยู่ที่ความลงตัวของฝ่ายบริการกับลูกค้า มีความคิดบริการตรงกัน และกำหนดระดับบริการที่ต้องการขั้นต่ำ (สมหวัง วิทยาปัญญา นนท์, 2548)

นอกจากนี้ การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. การซื้อบริการ และมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการ โดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันวางแผนโบราณ ร้านทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร

ในการจัดประเภทธุรกิจการให้บริการนั้นถือตามเกณฑ์การใช้เครื่องมือและแรงงานคนเป็นหลัก สามารถจัดประเภทได้ดังรายละเอียด

ลักษณะบริการที่สำคัญ 4 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ลักษณะและราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละราย มีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียว ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา
3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการ และทำการสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

1. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี
2. ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการให้ การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดที่นำไปใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไปได้แก่ การตั้งราคาให้แตกต่างกัน (Differential Pricing) จัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการให้ การให้บริการเสริม (Complementary Services) ระบบการนัดหมาย (Reservation Systems) เพิ่มพนักงานชั่วคราว (Partime) Employees การกำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก (Peak Time Efficiency Routines) การให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ (Increased Consumer Participation) การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared Services) และการขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (Facilities for Future Expansion)

การท่องเที่ยว จัดเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งประกอบด้วยการจัดการธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวคือ (นิคม จารุมณี, 2536, หน้า 258 - 263)

#### 1. การคมนาคมขนส่ง

##### 1.1 ทางบก

###### 1.1.1 รถยนต์และรถไฟ

1.1.2 การตัดและสร้างถนน โครงข่ายถนนที่ดี การขยายเส้นทางรถไฟเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว

1.1.3 การจัดบริการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถรับจ้าง บริการรถเช่าประเภทต่าง ๆ

1.1.4 บริการขนส่งทางบกประเภทอื่น ๆ เช่น รถสองแถว MiniBus รถส่วนบุคคลรับจ้าง

1.1.5 บริการรถไฟและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางโดยรถไฟ

1.1.6 บริการอื่น ๆ เช่น ปั้มน้ำมัน ห้องน้ำ ที่พักริมทาง

##### 1.2 ทางเรือ

1.2.1 การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ

1.2.2 การสร้างเรือ

1.2.3 การจัดบริการขนส่งทางเรือ

##### 1.3 ทางอากาศ

1.3.1 การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัดและปลอดภัย

1.3.2 การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา และการจัดเที่ยวบินภายในประเทศให้เพียงพอ

1.3.3 การจัดสนามบินให้สะดวกและปลอดภัย

1.3.4 การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

## 2. ที่พักแรม

2.1 โรงแรม และบังกะโล รีสอร์ท โมเต็ล สำหรับนักท่องเที่ยว

2.1.1 บริการส่วนหน้า

2.1.2 การจัดอาหารและเครื่องดื่ม

2.1.3 บริการแม่บ้าน

2.1.4 การบัญชี

2.1.5 ห้องพัก

2.1.6 การขายและการตลาด

2.1.7 วิศวกรรมและการบำรุงรักษา

2.1.8 การจัดการคลับต่าง ๆ เช่น อคาซ่า

2.1.9 การจัดงานเลี้ยง เช่น พัทยาบุฟเฟต์

2.1.10 การจัดประชุมและนิทรรศการ เช่น โรงแรม 5 ดาว

2.1.11 การประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุชุมชน

2.1.12 การจัดนันทนาการและการบันเทิง

2.2 ที่พักแรมประเภทอื่น

2.2.1 เกสต์เฮาส์

2.2.2 หอพัก

2.2.3 บ้านพักตากอากาศ

## 3. ร้านอาหาร และภัตตาคาร

3.1 การจัดการที่กินอาหารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

3.1.1 ร้านอาหารไทยและร้านอาหารพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น

3.1.2 ร้านอาหารประจำชาติต่าง ๆ

3.1.3 ร้านอาหารและสวนอาหารทั่วไป เช่น จักรูปทัวร์

3.1.4 ร้านอาหารบริการงานเดียว (ร้านอาหารด่วน) และศูนย์อาหาร



3.1.5 ร้านขนมและ/หรือไอศกรีม

3.1.6 ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม

3.1.7 ร้านอาหารเคลื่อนที่ประเภทหาบเร่ รถเข็น รถแวนที่ต่อเติมสำหรับบริการ

อาหาร

3.2 องค์ประกอบของร้านอาหาร ประกอบด้วยงานต่าง ๆ คือ

3.2.1 จัดทำเมนูอาหาร

3.2.2 จัดหาและดูแลพัสดุ

3.2.3 จัดซื้ออาหาร (วัตถุดิบ ในการทำงาน)

3.2.4 ประกอบอาหาร

3.2.5 ความสะอาดการ จ่ายเงินของลูกค้า และเจ้าของกิจการทำบัญชี และรายรับ

รายจ่าย

3.2.6 บริการและเสิร์ฟอาหาร

3.2.7 ปรุงและเสิร์ฟเครื่องดื่ม

3.2.8 เก็บล้างทำความสะอาด

3.2.9 การตลาดและประชาสัมพันธ์

3.2.10 บริการอื่น ๆ เช่น หาดูจอดรถ ต้อนรับ

4. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

4.1 ผู้ประกอบธุรกิจการจ้ดนำเที่ยว (Tour Operator)

4.1.1 จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จส่งให้ตัวแทน ไปจำหน่าย

4.1.2 จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กรและสถาบันวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง

4.1.3. จัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่บริษัทผู้ผลิตสินค้าและองค์กรต่าง ๆ

4.1.4 บริการวางแผนการจัดการประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ

ภายในประเทศระหว่างประเทศ

4.1.5 การสัมมนาประชาสัมพันธ์การจัดบริการนำเที่ยว

4.2 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency)

4.2.1 จำหน่ายทัวร์ที่ผู้ประกอบธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวจัดขึ้น

4.2.2 เป็นตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท

4.2.3 เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองห้องพัก โรงแรมกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ

4.2.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์การบริการต่าง ๆ ที่จัดจำหน่าย

- 4.2.5 บริการจัดเอกสารการเดินทางต่าง ๆ
- 4.2.6 บริการในด้านต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยว
- 4.2.7 ให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 5. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว)
  - 5.1 ประเภทธรรมชาติ
    - 5.1.1 ทะเล หาดทราย ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล
    - 5.1.2 เกาะ
    - 5.1.3 เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด เช่น สวนรุกขชาติ สวนนกนุช
    - 5.1.4 อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนหิน
    - 5.1.5 อ่างเก็บน้ำ
    - 5.1.6 แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)
  - 5.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา
    - 5.2.1 วัด
    - 5.2.2 โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์
    - 5.2.3 ชุมชนโบราณ
    - 5.2.4 พิพิธภัณฑ์
    - 5.2.5 ศาสนสถาน
  - 5.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม
    - 5.3.1 งานประเพณี
    - 5.3.2 ศูนย์วัฒนธรรม
    - 5.3.3 สวนสนุก สวนน้ำ Pattya Park
    - 5.3.4 สินค้าพื้นเมืองและแหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน
    - 5.3.5 กีฬาต่าง ๆ ทั้งทางบก และทางน้ำ
    - 5.3.6 แหล่งซื้อของศูนย์การค้า
    - 5.3.7 แหล่งบันเทิง
    - 5.3.8 โรงละคร สถานที่จัดแสดงทางวัฒนธรรม และการละเล่นต่าง ๆ ในท้องถิ่น
    - 5.3.9 บริเวณเมืองที่น่าพักผ่อน
- 6. ร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง
  - 6.1 การผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว
    - 6.1.1 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

- 6.1.2 เครื่องประดับ
- 6.1.3 เครื่องหนัง
- 6.1.4 เครื่องแต่งบ้าน
- 6.1.5 อาหาร
- 6.1.6 ของที่ระลึก เช่น หัตถกรรมพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ
- 6.1.7 เครื่องใช้ประจำบ้าน
- 6.1.8 ของเล่นเด็ก

## 6.2 การพัฒนารูปแบบสินค้าประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน

- 6.2.1 การออกแบบและกำหนดขนาดให้เหมาะสม
- 6.2.2 การเลือกวัสดุและการผลิต

## 6.3 การจัดและตกแต่งร้าน

- 6.3.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง
- 6.3.2 การจัดร้าน

## 6.4 การจัดการบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ

- 6.4.1 การบรรจุหีบห่อ
- 6.4.2 การรับสั่งซื้อสินค้า
- 6.4.3 การจัดส่ง
- 6.4.4 บริการพิเศษอื่น ๆ ที่จัดให้

## 6.5 การโฆษณาและเผยแพร่

## 7. ความปลอดภัย

- 7.1 การแนะนำคนในท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน
- 7.2 การแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้ได้รับอันตรายต่าง ๆ
- 7.3 การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 7.4 การขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการช่วยสร้างความมั่นคงปลอดภัยแก่

### นักท่องเที่ยว

- 7.5 การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือในด้านความปลอดภัย

## 8. การอำนวยความสะดวกในการเข้า - ออกเมือง

- 8.1 ระเบียบพิธีการเข้าเมือง
  - 8.1.1 การทำวีซ่า
  - 8.1.2 การตรวจลงตราและพิธีศุลกากร

- 8.2 การขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร
- 8.3 การบริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยานหรือสถานีขนส่งกับที่พัก
- 8.4 การอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ท่าอากาศยานและสถานีขนส่งต่าง ๆ
- 9. การจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว
  - 9.1 การจัดการประชุมในประเทศและการประชุมนานาชาติ
    - 9.1.1 การจัดหาและจัดการสถานที่ประชุมและอุปกรณ์การประชุม
    - 9.1.2 การจัดทำเอกสารและของขวัญหรือของกำนัล
    - 9.1.3 การต้อนรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าประชุม
    - 9.1.4 การจัดเลี้ยงและจัดนำเที่ยวให้แก่ผู้เข้าประชุม
  - 9.2 การจัดบริการในด้านข้อเท็จจริงและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
    - 9.2.1 การจัดพิมพ์เอกสารข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลอื่น ๆ สำหรับ
    - 9.2.2 การจัดทำสื่ออื่น ๆ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว
  - 9.3 การจัดกิจกรรมบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ
    - 9.3.1 การจัดหาอุปกรณ์กีฬาประเภทต่าง ๆ ไว้ให้นักท่องเที่ยว
    - 9.3.2 การจัดรายการบันเทิงที่น่าสนใจเป็นครั้งคราว
- 10. การเผยแพร่โฆษณา
  - 10.1 การวิจัยตลาด
  - 10.2 การทำแผนการตลาด
  - 10.3 การจัดทำอุปกรณ์เผยแพร่ต่าง ๆ
  - 10.4 การประชาสัมพันธ์
  - 10.5 การส่งเสริมการตลาด

การบริการการท่องเที่ยวเป็นการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ ดังสรุปได้ดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพิงศ์, 2546, หน้า 18)

1. เป็นการใช้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ประชาสัมพันธ์ โรงแรม มัคคุเทศก์ การบริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันที ในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดีและถูกใจสร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้ผลิตในตลาดการท่องเที่ยวจึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการให้คงที่ได้เสมอไป

2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน ๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักรวม ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการบริการที่เตรียมไว้ก็สูญไปเลย และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนักในกรณีที่เกิดความต้องการอย่างเร่งด่วน

3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการรับบริการสั้นมาก เช่น การพักรวม 1 - 2 คืน การรับประทานอาหาร 1 - 2 ชั่วโมง การโดยสารเครื่องบิน 1 - 12 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกัน หรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้อง และน่าประทับใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใด ๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหางานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ และค่าจ้างเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การบริการการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จนั้นคือ มัคคุเทศก์ บุคคลที่จะเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีควรมีคุณสมบัติและความสามารถ ดังนี้ (สุภาพร มากแจ้ง, 2534, หน้า 55 - 59)

#### คุณสมบัติของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ คือ ผู้นำเที่ยว งานของมัคคุเทศก์จึงจัดเป็นงานบริการ ดังนั้นคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ก็คือคุณสมบัติของผู้ให้บริการนั่นเอง

โดยทั่วไปมัคคุเทศก์ที่ดีควรมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

1. มีมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ ความสามารถในการสร้างความประทับใจ และการผูกมิตรกับผู้อื่น บุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์มักเป็นบุคคลที่มีลักษณะมองโลกในแง่ดี มีความสุจริตใจสดชื่น ร่าเริง มีอารมณ์ขัน มีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ ยินดีที่ได้เห็นผู้อื่นมีความสุข มีความเอื้อเฟื้อ รู้จักเอาใจหาข้อดีของผู้อื่น มีอริยาวัตร ไม่ก้าวร้าว ไม่สำคัญตนว่าเด่นเหนือผู้อื่น มัคคุเทศก์ที่มีมนุษยสัมพันธ์ จะเป็นมัคคุเทศก์ที่เอาใจใส่ดูแลและอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวเสมอญาติ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย และประทับใจในการท่องเที่ยว

2. มีบุคลิกภาพดี ได้แก่ มีพละทานมัชฌิมา ร่าเริงสนุกสนาน ไม่อ้วนหรือผอมจนเกินไป มีความแคล่วคล่องว่องไว กระฉับกระเฉง สดชื่นแจ่มใส มีอารมณ์มั่นคง เยือกเย็น ไม่หวั่นไหวง่าย

เผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างสงบ สุขุม เอาใจใส่ดูแลความสะอาดของร่างกายอย่างทั่วถึง ไม่ปล่อยให้เกิดคราบหรือกลิ่นอันพึงรังเกียจ แต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ กิริยามารยาทอ่อนโยน วาจาสุภาพ อ่อนหวาน ไพเราะ มัคคุเทศก์ที่มีบุคลิกภาพดี จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อถือ และไว้วางใจ ยินดีให้เป็นผู้แนะนำในการท่องเที่ยว และแน่ใจว่าจะได้รับความเพลิดเพลิน และความรู้ที่ถูกต้อง มีค่าควรแก่ความทรงจำ

3. มีความรู้ดี ได้แก่ สนใจสิ่งรอบตัว ช่างสังเกต รักการค้นคว้า เป็นนักอ่าน เป็นนักฟัง มีความจำดี รู้จักวิเคราะห์แยกแยะเหตุผลข้อเท็จจริงและความคิดเห็น มัคคุเทศก์ที่มีความรู้ดีจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวคุ้มกับเงิน และเวลาที่เสียไป

4. มีวาทศิลป์ ได้แก่ มีน้ำเสียงชัดเจน แจ่มใส ชวนฟัง มีจังหวะและลีลาการพูดเหมาะสม ใช้ระดับของภาษาได้เหมาะสมกับผู้ฟัง ใช้ภาษาถูกต้อง สื่อความหมายได้ชัดเจนตรงประเด็น มีลำดับการพูดดี เข้าใจง่าย สามารถเร้าความสนใจของผู้ฟังและทำให้ติดตามฟังจนจบ โดยไม่เบื่อหน่าย มัคคุเทศก์ที่มีวาทศิลป์จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินทำให้การท่องเที่ยวไม่น่าเบื่อหน่าย

5. มีความรักงาน ความรักงานเป็นหัวใจของการทำงาน บุคคลที่มีความรักงานจะมีความกระตือรือร้นที่จะทำงาน มีความสุขในการทำงาน ทำให้งานนั้นมีประสิทธิภาพ มัคคุเทศก์ที่มีความรักงานจะรักที่จะให้ความดูแลนักท่องเที่ยว รักที่จะอธิบาย กระตือรือร้นที่จะนำนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่แปลกใหม่ ยินดีที่จะหยิบยื่นประสบการณ์ที่ดีที่มีค่าแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และรักที่จะค้นคว้าหาความรู้เพื่อจะให้ผลงานของตนมีประสิทธิภาพ และพอใจที่จะพัฒนางานของตน

#### ความสามารถของมัคคุเทศก์

นอกเหนือจากคุณสมบัติทั้ง 5 ประการ ดังกล่าวแล้วมัคคุเทศก์ยังต้องมีความสามารถที่จะทำให้คุณสมบัติเหล่านั้นเด่นชัดเป็นที่ประจักษ์ ความสามารถของมัคคุเทศก์ประกอบด้วย

1. ความสามารถด้านภาษา โดยเหตุที่งานของมัคคุเทศก์เป็นงานที่ต้องใช้ภาษาเป็นหลัก โดยเฉพาะภาษาพูด มัคคุเทศก์จึงต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาของแม่ของตนและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ อยู่ในเกณฑ์ดี คือ สามารถที่จะสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว และถูกต้องตามระเบียบการใช้ภาษา ความสามารถด้านภาษาจะเป็นคุณสมบัติสำคัญในการพิจารณารับสมัครมัคคุเทศก์เข้าทำงาน ดังหลักเกณฑ์การรับสมัครมัคคุเทศก์เข้าทำงาน ในสังกัดบริษัทดิทแฮล์ม ที่กำหนดว่า “เนื่องจากของมัคคุเทศก์ต้องใช้ภาษาต่างประเทศเป็นหลักในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และงานด้านนี้ขึ้นอยู่กับารพูดเป็นส่วนใหญ่” ดังนั้นการรับสมัคร

จึงต้องพิจารณาการพูดภาษาเป็นหลักสำคัญพร้อมกันมีส่วนประกอบ ดังต่อไปนี้

1.1 ผู้ที่เคยผ่านการเป็นมัคคุเทศก์มาก่อนและมีความสามารถในการปฏิบัติงานอยู่ในขั้นมาตรฐานแล้ว

1.2 ผู้ที่จบการศึกษาจากต่างประเทศไม่ว่าสาขาใด ๆ ก็ตาม แต่ผู้นั้นต้องรอบรู้เรื่องภาษา เช่น พูด อ่าน เขียน และฟังเข้าใจเป็นอย่างดี

1.3 ผู้ที่ผ่านการอบรมวิชามัคคุเทศก์จากสถาบันต่าง ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมจัดอบรมด้วย

1.4 ผู้ที่จบการศึกษาจากสาขาวิชาการท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชน

1.5 ผู้ที่มีความสามารถในการพูด ฟัง และความเข้าใจในภาษาต่างประเทศ (ไม่จำกัดว่าจบการศึกษาในประเทศ หรือต่างประเทศ)

1.6 บุคลิกภาพของผู้สมัครเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่จะต้องพิจารณามัคคุเทศก์ที่มีความสามารถด้านภาษาและมีวาทศิลป์จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความสามารถด้านวิชาการ ความสามารถด้านวิชาการได้แก่ความรู้ที่มัคคุเทศก์ต้องใช้เพื่อประกอบอาชีพ คือ

2.1 ความรู้เกี่ยวกับหลักท่องเที่ยว เช่น ที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา สถาปัตยกรรมศาสตร์ ลักษณะทางกายภาพ การเข้าถึง ที่พักแรม กิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2 ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย เช่น ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ขนบประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา ความเชื่อ ธรรมเนียมจารีต อาหารการกิน การเมืองการปกครอง

2.3 ความรู้รอบตัวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่าง ๆ กับเงินไทย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เหตุการณ์โลกปัจจุบัน อัตราค่าที่พักและบริการต่าง ๆ ของโรงแรม ระเบียบพิธีทางศุลกากร แหล่งเริงรมย์ และแหล่งซื้อสินค้าต่าง ๆ ตลอดจนการปฐมพยาบาล เป็นต้น

3. ความสามารถด้านการนำเที่ยว ความสามารถด้านการนำเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของอาชีพ มัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์แม้จะมีคุณสมบัติครบทั้ง 5 ประการ มีความสามารถในการใช้ภาษา และมีความสามารถด้านวิชาการเป็นอย่างดี แต่หากขาดความสามารถด้านการนำเที่ยวก็ไม่อาจประสบความสำเร็จในอาชีพ มัคคุเทศก์ที่มีความสามารถด้านการนำเที่ยว จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน ประกอบด้วย สาระความรู้การพักผ่อนอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยเพราะถูกเร่งรัดและเบื่อหน่ายเพราะถูกยัดเยียดด้วยความรู้จนเกินความจำเป็น หรือเบื่อหน่ายเพราะมัคคุเทศก์ขาดความรู้ไม่สามารถสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

ความสามารถด้านการนำเที่ยวประกอบด้วย

3.1 ความสามารถในการจัดเวลา มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถคำนวณเวลาในการนำเที่ยวแต่ละรายการได้พอเหมาะ และนักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวครบตามรายการที่จัดให้ โดยไม่รู้สึกรีบร้อนหรือเบื่อหน่าย การเตรียมการข้อนี้ทำได้โดยมัคคุเทศก์ต้องสำรวจเส้นทาง การท่องเที่ยวล่วงหน้า แบ่งเวลาในการชมแต่ละจุดตามความสำคัญ ความสามารถในการจัดเวลา มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถคำนวณเวลาในการนำเที่ยวแต่ละรายการได้พอเหมาะ และนักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวครบตามรายการที่จัดให้ โดยไม่รู้สึกรีบร้อนหรือเบื่อหน่าย การเตรียมการข้อนี้ทำได้โดยมัคคุเทศก์ต้องสำรวจเส้นทาง การท่องเที่ยวล่วงหน้า แบ่งเวลาในการชมแต่ละจุดตามความสำคัญและความน่าสนใจ ทั้งนี้โดยไม่ลืมคำนึงถึงการให้เวลาส่วนตัวแก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น การปล่อยให้นักท่องเที่ยวเดินชมโดยอิสระในจุดที่แต่ละคนสนใจเป็นพิเศษ การให้เวลาถ่ายรูปทำธุระส่วนตัว ดื่มน้ำ รับประทานอาหารว่าง ชื่อของที่ระลึก

3.2 ความสามารถในการวิเคราะห์ให้นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถวิเคราะห์ให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ตนรับผิดชอบนำเที่ยวแต่ละครั้งว่า มีความสนใจพิเศษในเรื่องใด เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูก เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม มัคคุเทศก์ควรใช้เวลาส่วนใหญ่กับการเที่ยวชมแหล่งศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม และสถาปัตยกรรมรวมทั้งให้การบรรยายในแต่ละจุดโดยละเอียด ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจเพียงท่องเที่ยวถ่ายรูปและชื่อของที่ระลึก มัคคุเทศก์ก็ควรบรรยายสั้น ๆ เฉพาะเรื่องทั่ว ๆ ไปที่นักท่องเที่ยวควรทราบ และ ให้เวลาอิสระแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้นตามที่นักท่องเที่ยวพอใจ โดยไม่กินเวลาที่กำหนดไว้ในรายการ การวิเคราะห์ให้นักท่องเที่ยวทำได้โดยการศึกษาลักษณะประจำชาติของชนชาติต่าง ๆ เช่น ชนชาติฝรั่งเศส มักสนใจประวัติศาสตร์และโบราณคดี อเมริกันชอบท่องเที่ยวผจญภัย ชาวเอเชียชอบถ่ายรูปและชื่อของ เป็นต้น เพศ วัย และระดับการศึกษา ของนักท่องเที่ยวมีส่วนกำหนดความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

3.3 ความสามารถในการสร้างความสนใจ มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสนุกสนานเพลิดเพลินตลอดรายการท่องเที่ยว ทั้งระหว่างการเดินทางและจุดแวะชม ดังนั้นนอกจากความรู้กับจุดท่องเที่ยวและสถานที่ที่น่าสนใจตามทางผ่านที่มัคคุเทศก์อาจชี้ชวนให้นักท่องเที่ยวสนใจได้แล้ว หากเดินทางเป็นเวลายาวนาน มัคคุเทศก์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมหรือการเล่นเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อคลายเหงาและช่วยให้อารมณ์เป็นกันเอง ภายในกลุ่มของนักท่องเที่ยวด้วย

3.4 ความสามารถในการบริการและอำนวยความสะดวก มัคคุเทศก์ที่ดีต้องเอาใจใส่ดูแลให้แก่นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน สะดวกสบายและปลอดภัย ปราศจากอุปสรรคและข้อขัดข้อง ดังนั้นก่อนการนำเที่ยวทุกครั้งมัคคุเทศก์ควรตรวจสอบ



ความเรียบร้อยของยานพาหนะ แจ่งย้ายสถานที่พักแรม และสถานประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นัดหมายและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป ตั้งแต่กำหนดการ การเตรียมตัว ข้อปฏิบัติต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เช่น การเข้าชมพระบรมมหาราชวังต้องแต่งกายสุภาพ การเข้าอุโบสถต้องถอดรองเท้า สุภาพสตรีถูกต้องตัวพระภิกษุไม่ได้ การอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้ถ่ายภาพ หรือถ่ายภาพยนตร์ การเตรียมสัมภาระ และข้อควรระวังต่าง ๆ เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว โดยทั่วถึงและเสมอหน้า

4. ความสามารถด้านการแก้ปัญหา มัคคุเทศก์ที่ดีต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยคำนึงประโยชน์ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ การที่จะสามารถแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในการนำชมแต่ละรายการ และศึกษาขั้นตอนของการแก้ปัญหาเหล่านั้น และจัดเตรียมอุปกรณ์หรือวิธีการไว้ล่วงหน้า โดยมีสิ่งสำคัญคือความมีสติมั่นคง และความรอบคอบของมัคคุเทศก์ ตัวอย่างปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น การนำเที่ยวทางเรือ อาจเกิดอุบัติเหตุเรือจม และนักท่องเที่ยวว่ายน้ำไม่เป็น ทางแก้ปัญหาได้แก่ ตรวจสอบเรือที่เป็นพาหนะว่ามีชูชีพหรือเครื่องช่วยชีวิตพร้อมและอยู่ในสภาพใช้งานได้ มัคคุเทศก์ควรผ่านหลักสูตรช่วยคนดำน้ำ หรือรู้วิธีช่วยคนตกน้ำเป็นต้น

### นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ร้อยโท ดร.สุวิทย์ ยอดมณี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้เดินทางมาประชุมที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในวันที่ 12 ตุลาคม 2549 พร้อมกับให้นโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นหลัก ได้ดังนี้ (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549, หน้า 4)

1. ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการส่งเสริมการตลาดภายใต้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งต้องให้ความสำคัญในมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ
2. ให้คำนึงถึงเรื่องขีดความสามารถในการรองรับได้
3. ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผลักดันให้เกิดกระแสการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยว และแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

## แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554

รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลยั่งยืน โดยมีแนวทางการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพ และคุณค่าของสินค้าและบริการ บนฐานความรู้และความเป็นไทยหนึ่งในแนวทางนั้นก็คือการปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและความเป็นไทย พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจเฉพาะด้านของบริการที่สำคัญได้แก่ ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการ สุขภาพ และสปา ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจบริการทางการเงิน ธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจการก่อสร้างและธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก
2. ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การพำนักระยะยาว การจับจ่ายซื้อสินค้า สินค้า OTOP และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น
3. พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับ นำเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งเพื่อดึงดูดนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นความวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการด้านสุขภาพ ธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น
4. ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ เช่น ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของรัสเซีย ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

5. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงการอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549, หน้า 83 - 84)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะวรรณ ประกอบธรรม (2541) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อการส่งเสริมสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของภาคตะวันออกในครั้งนี ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้ สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป มีความเห็นว่าอัตราค่าผ่านเข้าชมสถาบันฯ ที่เหมาะสมควรจะเป็น 3.24 เหรียญสหรัฐ นักท่องเที่ยวเพศชายมีความพึงพอใจในการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ทางทะเลสูงกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ทางทะเลมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ทางทะเลมาก่อนแล้ว มีความสนใจที่จะเที่ยวชมสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา สูงกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์ในการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ทางทะเลมาก่อน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าได้เข้ามาเที่ยวชมสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจที่จะเที่ยวชมอยู่ก่อนแล้วในระดับสูงและสูงมาก นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีคะแนนสนใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ในระดับสูงด้วย นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงาน/ บริการ มีความตั้งใจที่จะมาเที่ยวชมสถาบันฯ สูงกว่าอาชีพอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากและมีระดับการศึกษาสูง เห็นว่าระดับราคาเข้าชมสถาบันฯ ที่เป็นอยู่มีราคาถูก

ศิริณา จำรูญ (2547) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยวในภาพรวมในระดับพอใช้ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสถานที่จอดรถมีความเพียงพอมากที่สุด ด้านร้านอาหารนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในภาพรวมในระดับดี โดยเห็นว่าร้านอาหารบริเวณชายหาดแม่พิมพ์นั้นมี

ความพึงพอใจต่อการรับรองนักท่องเที่ยว ด้านบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในภาพรวมในระดับพอใช้ โดยเห็นว่าด้านการบริการห้องน้ำ อาบน้ำจัดมีความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์เป็นครั้งแรกกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์แล้วพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์แล้วมีความคิดเห็นต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์เป็นครั้งแรก

รัตนา สุขะนินทร์ (2547) ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการด้านช้างรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ผลการศึกษาในด้านความคาดหวังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านอาชีพ รายได้ และงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการแตกต่างกัน ในด้านคุณสมบัติของช้างรีสอร์ท ด้านความสมบูรณ์ของธรรมชาติแวดล้อม และด้านความเป็นมิตรไมตรีของชนพื้นเมือง ส่วนในด้านการรับรู้ที่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา กลุ่มประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพที่แตกต่างกันในด้านคุณสมบัติของช้างรีสอร์ท ด้านความสมบูรณ์ของธรรมชาติแวดล้อม และด้านความเป็นมิตรไมตรีของชนพื้นเมือง และพบว่าเมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวยุโรปที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจแล้วพบว่า ลูกค้านักท่องเที่ยวที่มีระดับความคาดหวังต่อบริการน้อยกว่าระดับการรับรู้ในทุกด้าน คือ ด้านคุณสมบัติโดยรวม คุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับศิลปะไทย โบราณรูปแบบการตกแต่งภายในห้องพัก ประเภทของการบริการที่ให้กับลูกค้า คุณภาพการให้บริการความปลอดภัย และภาพพจน์และชื่อเสียง ด้านความสมบูรณ์ของธรรมชาติแวดล้อม และด้านความเป็นมิตรไมตรีของชนพื้นเมือง ซึ่งหมายความว่าลูกค้ามีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของช้างรีสอร์ทในทุกด้าน

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผลการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นละนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น พบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีการขยายตัวสูง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีการขยายตัวสูง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ มีกำลังซื้อสูง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในตลาดโลกได้แก่

#### 1. การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางในประเทศญี่ปุ่น ที่มีอำนาจการซื้อ (Purchasing Power)

สูง

2. แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขยายตัวของ GDP การส่งออกการขยายตัวทางการค้า และการลงทุนจากต่างประเทศในญี่ปุ่น ส่งผลให้ประชาชนในประเทศญี่ปุ่นมีรายได้สูงขึ้น อาจนำไปสู่โอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภคเพิ่มขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความมีสิทธิเสรีภาพ ความสนใจอยากรู้ อยากเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีการใช้จ่ายสูงมาก และใช้งบประมาณในการซื้อสินค้าหนึ่งในสามของงบการท่องเที่ยวทั้งหมดในปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นรุ่นใหม่ที่หันมาท่องเที่ยวแบบไปคนเดียวมากกว่าการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

การศึกษาการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในไทยมีความหลากหลาย เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มนักท่องเที่ยววัยกลางคน/ วัยทอง กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา กลุ่มพ่อค้า/ นักธุรกิจ และกลุ่มตลาดกอล์ฟ ทำให้การเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี ทั้งนี้เนื่องจาก กลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่ง จึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน อีกทั้งการเป็นกลุ่มวัยทำงาน การเลือกช่วงเวลาการท่องเที่ยวในต่างประเทศจึงต้องเป็นช่วงเวลาที่วันหยุดยาวพอสมควร เห็นได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเดือนเมษายน - มิถุนายน มากที่สุด เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นวันหยุด 7 วัน ของเทศกาลฤดูใบไม้ผลิ วันชาติ และวันแรงงาน ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยที่เป็นจุดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น คือ

1. องค์ประกอบทางด้านการบริการ โครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น รู้สึกสะดวกสบายเมื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทุกกลุ่ม ต่างให้ความเห็นว่าโครงสร้างทางสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้เขาเลือกมาท่องเที่ยวในเมืองไทย

2. องค์ประกอบทางวัฒนธรรม ที่มีความหลากหลาย โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

3. องค์ประกอบด้านกายภาพของสถานที่ ประกอบด้วย ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่น ชายฝั่งทะเล หาดทราย ป่า น้ำตก สภาพภูมิอากาศ และที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจาก

ประเทศญี่ปุ่นมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

จักรพงษ์ ธรรมพงษ์บวร (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเมืองพัทยา ใน 3 ด้าน คือ ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการ ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเมืองพัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ด้าน กิจกรรมนันทนาการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก

เกรียงเทพ วีระนันทนพันธ์ (2546) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันต่อบริการด้านข้อมูลของมัคคุเทศก์ชาวไทย ใน 4 ด้าน คือข้อมูลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ศิลปะไทย วัฒนธรรมไทย ศักยภาพด้านภาษาของมัคคุเทศก์ และการบริการทั่วไปของมัคคุเทศก์ชาวไทยพบว่า ก่อนที่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจะได้รับข้อมูลต่าง ๆ 4 ด้าน จากมัคคุเทศก์ชาวไทย นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับพุทธศาสนาและศักยภาพทางภาษาของมัคคุเทศก์ในระดับสูง รองลงมาคือความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลด้านศิลปะไทยวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรับข้อมูลทั้ง 4 ด้าน จากมัคคุเทศก์ชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อข้อมูลด้านพุทธศาสนา ข้อมูลด้านวัฒนธรรมไทยและศักยภาพทางภาษาของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านศิลปะไทย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงและปานกลางเท่านั้น

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการด้านข้อมูลทั้ง 4 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับความคาดหวังต่อข้อมูลเกี่ยวกับพุทธศาสนา และวัฒนธรรมไทย ในระดับสูง และระดับปานกลาง จะมีระดับความพึงพอใจต่อข้อมูลเกี่ยวกับพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังต่อข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะไทยอยู่ในระดับต่ำ แต่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะไทยอยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังต่อศักยภาพทางภาษาของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับสูง ส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจต่อศักยภาพทางภาษาของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการทั่วไปของมัคคุเทศก์ชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการทั่วไปของมัคคุเทศก์ในระดับดีมาก



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวญี่ปุ่นจากประเทศญี่ปุ่น (The people's Japan) ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2551 โดยใช้สถิตินักท่องเที่ยวในเดือนเมษายน พ.ศ. 2549 เป็นตัวเทียบซึ่งมีจำนวนประมาณ 58,475 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวญี่ปุ่นจากประเทศญี่ปุ่น (The people's Japan) ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 จำนวน 397 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการใช้อัตราส่วนของ ยามานะ (Yamane, 1971 อ้างถึงใน กิจฐเขต ไกรวาส และ โกวิท กระจ่าง, ม.ป.ป., หน้า 22) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณ  $\pm 5\%$  ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มตัวอย่าง (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางสุ่ม (Random Table) เพื่อเลือกตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จากพื้นที่บริเวณสวนนงนุชและชายหาดเรือพัทยาใต้ขึ้นมาศึกษา โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ นำไปเก็บข้อมูลในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวที่สวนนงนุชและชายหาดพัทยาใต้

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยนำเครื่องมือของ นิคม จารุมณี มาประยุกต์การออกแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะ



เป็นแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวน 31 ข้อ โดยให้ค่าคะแนน (Rating Scale) ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปะทะวานิช (2538, หน้า 153) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Intervals) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ผู้ตอบ แบบสอบถาม สามารถแสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้

### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

- ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับระบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- นำข้อมูลที่ได้มาสรุปผล ที่เกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา และตรวจสอบเนื้อหาของ แบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
- นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
- นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try - out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ .97 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ ตุลาคม - พฤศจิกายน พ.ศ. 2553
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นตอบโดยนำไปแจกให้นักท่องเที่ยวที่สวนนงนุช และชายหาดพัทยาใช้ โดยชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน
3. จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 397 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์จำนวน 381 ชุด คิดเป็น 95.57%

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เก็บรวบรวม และนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามการวิจัยทางสังคมศาสตร์
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ดังนี้
  - 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ T - test กับ One - way ANOVA

### เกณฑ์การแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้  
ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้  
(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8 \text{ (จากนั้นเริ่มที่ชั้นต่ำสุด)}
 \end{aligned}$$

- จากนั้นนำมาหาระดับเฉลี่ย โดยกำหนดความสำคัญ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541, หน้า 10)
- 4.21 - 5.00 แสดงว่า เป็นระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด
- 3.41 - 4.20 แสดงว่า เป็นระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก
- 2.61 - 3.40 แสดงว่า เป็นระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจปานกลาง
- 1.81 - 2.60 แสดงว่า เป็นระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อย
- 1.00 - 1.80 แสดงว่า เป็นระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวน 381 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T - test และ One - way ANOVA ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจและการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในแต่ละด้านกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน ( $n = 381$ )	ร้อยละ (100)
1. เพศ		
ชาย	198	52.00
หญิง	183	48.00
สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน ( $n = 381$ )	ร้อยละ (100)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (n = 381)	ร้อยละ (100)
2. อายุ		
18 - 29 ปี	99	25.99
30 - 39 ปี	102	6.77
40 - 49 ปี	111	29.13
50 ปีขึ้นไป	69	18.11
3. อาชีพ		
นักศึกษา	21	5.51
เจ้าของกิจการ	135	35.43
พนักงานบริษัท	93	24.41
ข้าราชการ	78	20.47
อื่น ๆ	54	14.18
4. รายได้		
ต่ำกว่า 20,000 เยน	66	17.32
20,001 - 50,000 เยน	174	45.67
50,001 - 100,000 เยน	66	17.32
100,001 เยน	75	19.69
5. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	51	13.39
อนุปริญญา	141	37.01
ปริญญาตรี	162	42.52
ปริญญาโท	21	5.51
ปริญญาเอก	6	1.57
6. สถานภาพการสมรส		
โสด	93	24.41
สมรส	285	74.80
ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3	0.79

จากตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.0 มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี มากที่สุด ร้อยละ 29.13 เป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด ร้อยละ 35.43 มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 50,000 เชน ร้อยละ 45.67 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 42.52 และสมรสแล้ว ร้อยละ 74.80

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจและเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในแต่ละด้านกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในด้านบริการคมนาคมขนส่ง

ด้านการคมนาคมขนส่ง	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การจัดการจราจร	141 (37.01)	162 (42.52)	78 (20.47)	-	-	4.17	0.74	มาก	1
2. การจัดการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว	147 (38.59)	147 (38.59)	81 (21.26)	3 (0.78)	3 (0.78)	4.13	0.83	มาก	2
3. ทำเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการลงเรือ	138 (36.22)	147 (38.59)	90 (23.62)	6 (1.57)	-	4.08	0.80	มาก	4
4. การจัดการขนส่งทางเรือ	141 (37.01)	135 (35.43)	102 (26.78)	3 (0.78)	-	4.09	0.81	มาก	3
5. รถบริการจากบริษัททัวร์	84 (22.05)	150 (39.37)	135 (35.43)	12 (3.15)	-	3.80	0.81	มาก	5
รวม						4.05	0.66	มาก	

จากตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านการคมนาคมขนส่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พึงพอใจเรื่องการจัดการจราจรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.17 (S.D. = 0.74) อันดับ 2 คือ การจัดการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.83) อันดับ 3 คือ การจัดการขนส่งทางเรือ มีค่าเฉลี่ย 4.09 (S.D. = 0.81)

อันดับ 4 คือ ท่าเรือ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการลงเรือ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ( $S.D. = 0.81$ ) อันดับสุดท้าย คือ รถบริการจากบริษัททัวร์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ( $S.D. = 0.81$ )

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในด้านสถานที่พัก

ด้านสถานที่พัก	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความปลอดภัยของบริเวณที่พัก	174 (45.67)	126 (33.07)	75 (19.68)	3 (0.79)	3 (0.79)	4.22	0.84	มากที่สุด	2
2. ความสะอาดของห้องพัก	192 (50.39)	132 (34.65)	48 (12.60)	9 (2.36)	-	4.33	0.78	มากที่สุด	1
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	150 (39.37)	120 (31.50)	99 (25.99)	6 (1.57)	6 (1.57)	4.05	0.92	มาก	3
รวม						4.20	0.76	มาก	

จากตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสถานที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพึงพอใจเรื่องความสะอาดของห้องพักเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.22 ( $S.D. = 0.84$ ) อันดับ 2 คือ ความปลอดภัยบริเวณที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.33 ( $S.D. = 0.78$ ) อันดับ 3 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ( $S.D. = 0.92$ )

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร

ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. รสชาติอาหาร	78 (20.47)	129 (33.86)	120 (31.50)	36 (9.45)	18 (4.72)	3.55	1.06	มาก	4
2. ความสะอาดของอาหาร	69 (18.11)	129 (33.86)	138 (36.22)	39 (10.24)	6 (1.57)	3.56	0.95	มาก	2
3. การบริการของพนักงาน	114 (29.92)	108 (28.35)	123 (32.28)	30 (7.88)	6 (1.57)	3.77	1.01	มาก	1
4. ความหลากหลายของอาหาร	84 (22.05)	99 (25.98)	150 (39.37)	39 (10.24)	9 (2.36)	3.55	1.01	มาก	3
รวม						3.61	0.90	มาก	

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านร้านอาหาร และภัตตาคารพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพึงพอใจเรื่องการบริการของพนักงานเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.77 (S.D. = 1.01) อันดับ 2 คือ ความสะอาดของอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D. = 1.06) อันดับ 3 คือ ความหลากหลายของอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.55 (S.D. = 1.01) อันดับสุดท้าย คือ รสชาติอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.55 (S.D. = 1.06)

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. รายการนำเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัด	120 (31.50)	147 (38.59)	102 (26.77)	6 (1.57)	6 (1.57)	3.96	0.88	มาก	7
2. มัคคุเทศก์มีมนุษยสัมพันธ์ดี	135 (35.43)	156 (40.95)	78 (20.48)	6 (1.57)	6 (1.57)	4.07	0.77	มาก	4
3. มัคคุเทศก์มีบุคลิกภาพดี	147 (38.59)	138 (36.22)	84 (22.04)	9 (2.36)	3 (0.79)	4.09	0.77	มาก	3
4. มัคคุเทศก์มีความรู้ในการอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวให้ลูกค้าเข้าใจชัดเจน	132 (34.64)	141 (37.01)	96 (25.20)	12 (3.15)	-	4.03	0.85	มาก	5
5. มัคคุเทศก์มีวาทศิลป์ดี เช่น น้ำเสียงชัดเจน แจ่มใส ชวนฟัง เร้าความสนใจของผู้ฟัง	147 (38.59)	147 (38.59)	78 (20.47)	9 (2.36)	-	4.13	0.81	มาก	2
6. มัคคุเทศก์มีความสามารถในการใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อความหมายได้ชัดเจน	150 (39.37)	168 (44.09)	60 (15.74)	3 (0.78)	-	4.02	0.33	มาก	6
7. ความสามารถด้านการแก้ปัญหาของมัคคุเทศก์	153 (40.16)	147 (38.59)	78 (20.47)	3 (0.78)	-	4.18	0.77	มาก	1
รวม						4.10	0.72	มาก	

จากตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพึงพอใจในเรื่องความสามารถด้านการแก้ปัญหาของมัคคุเทศก์เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D. = 0.77) อันดับ 2 คือ มัคคุเทศก์มี



วาทศิลป์ดี เช่น น้ำเสียงชัดเจน แจ่มใส ชวนฟัง ได้รับความสนใจของผู้ฟัง มีค่าเฉลี่ย 4.13 ( $S.D. = 0.81$ )  
 อันดับ 3 คือ มัคคุเทศก์มีบุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 4.09 ( $S.D. = 0.77$ ) อันดับ 4 คือ มัคคุเทศก์มีมนุษย  
 สัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ย 4.07 ( $S.D. = 0.77$ ) อันดับ 5 คือ มัคคุเทศก์มีความรู้ในการอธิบายสถานที่  
 ท่องเที่ยวให้ลูกทัวร์เข้าใจชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.03 ( $S.D. = 0.85$ ) อันดับ 6 คือ มัคคุเทศก์มี  
 ความสามารถในการใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อความหมายได้ชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 4.02 ( $S.D. = 0.33$ )  
 อันดับ 7 คือ รายการนำเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัด มีค่าเฉลี่ย 3.96 ( $S.D. = 0.88$ )

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
 ชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสิ่งดึงดูดใจ  
 ทางการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาดพัทยา เกาะต่าง ๆ	135 (35.43)	171 (44.88)	66 (17.33)	9 (2.36)	-	4.13	0.77	มาก	1
2. แหล่งบันเทิง เช่น บริเวณ วอล์คกิ้งสตรีท (Walking Street)	105 (27.56)	174 (45.67)	90 (23.62)	12 (3.15)	-	3.97	0.79	มาก	2
รวม						4.10	0.72	มาก	

จากตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ  
 ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านสิ่งดึงดูดใจ  
 ทางการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพึงพอใจเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น  
 ชายหาด พัทยา เกาะต่าง ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.13 ( $S.D. = 0.77$ ) รองลงมาคือ แหล่งบันเทิง เช่น  
 บริเวณวอล์คกิ้งสตรีท (Walking Street) มีค่าเฉลี่ย 3.97 ( $S.D. = 0.79$ )

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
 ชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านร้านขายของ  
 ที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความหลากหลายของสินค้า	90 (23.62)	177 (46.45)	105 (27.56)	3 (0.79)	6 (1.57)	3.89	0.92	มาก	1
2. รูปแบบของสินค้า	72 (18.90)	159 (41.73)	144 (37.80)	-	6 (1.57)	3.86	0.80	มาก	2

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
3. การจัดบริการต่าง ๆ แก่ นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ	84 (22.05)	171 (44.89)	114 (29.82)	6 (1.57)	6 (1.57)	3.84	0.83	มาก	3
รวม						3.83	0.76	มาก	

จากตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพึงพอใจในเรื่องความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.92) อันดับ 2 คือ รูปแบบของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.80) และอันดับสุดท้าย คือ การจัดบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ มีค่าเฉลี่ย 3.84 (S.D. = 0.83)

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การแนะนำจากมัคคุเทศก์เพื่อมิ ให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายต่าง ๆ	135 (35.43)	171 (44.88)	69 (18.11)	3 (0.78)	3 (0.78)	4.13	0.78	มาก	1
2. ความปลอดภัยในขณะที่ท่องเที่ยว	105 (27.56)	213 (55.91)	57 (14.96)	6 (1.57)	-	4.09	0.69	มาก	2
รวม						4.11	0.67	มาก	

จากตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พึงพอใจการแนะนำจากมัคคุเทศก์เพื่อมิให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายต่าง ๆ อันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.78) อันดับรองลงมาคือ ความปลอดภัยในขณะที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.09 (S.D. = 0.69)

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านการเผยแพร่โฆษณา

ด้านการเผยแพร่โฆษณา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ป้ายประชาสัมพันธ์บอกสถานที่ท่องเที่ยว	78 (20.47)	180 (47.25)	93 (24.41)	30 (7.87)	-	4.09	0.69	มาก	1
2. การประชาสัมพันธ์ให้รู้จักเมืองพัทยา	81 (21.26)	150 (39.37)	126 (33.07)	24 (6.30)	-	3.75	0.85	มาก	2
3. การประชาสัมพันธ์ให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทยา	75 (19.69)	150 (39.37)	123 (32.39)	30 (7.87)	3 (0.78)	3.69	0.90	มาก	3
รวม						3.75	0.78	มาก	

จากตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านการเผยแพร่โฆษณาพบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพึงพอใจเรื่องป้ายประชาสัมพันธ์บอกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.09 (S.D. = 0.69) การประชาสัมพันธ์ให้รู้จักเมืองพัทยาเป็นอันดับสอง มีค่าเฉลี่ย 3.75 (S.D. = 0.85) อันดับที่สามคือ การประชาสัมพันธ์ให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 3.69 (S.D. = 0.90)

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านการจัดบริการอื่น ๆ

ด้านการจัดบริการอื่น ๆ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การบริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	84 (22.05)	144 (37.80)	132 (34.64)	21 (5.51)	-	3.76	0.85	มาก	1
2. การจัดกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ เช่น การจัดการท่องเที่ยวนอกเหนือโปรแกรม	87 (22.85)	132 (34.64)	132 (34.64)	27 (7.09)	3 (0.78)	3.71	0.92	มาก	2
รวม						3.74	0.82	มาก	

จากตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในด้านการจัดบริการอื่น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พึงพอใจเรื่องบริการด้านข้อมูลข่าวสาร

การท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.76 (*S.D.* = 0.85) อันดับรองลงมาคือ การจัดกิจกรรม  
บันเทิงอื่น ๆ เช่น การจัดการท่องเที่ยวออกเหนือโปรแกรม มีค่าเฉลี่ย 3.71 (*S.D.* = 0.92)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้านของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

หัวข้อ	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	แปลความ	อันดับ
1. การคมนาคมขนส่ง	4.05	0.66	พึงพอใจมาก	5
2. สถานที่พัก	4.20	0.76	พึงพอใจมาก	1
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร	3.61	0.90	พึงพอใจมาก	9
4. บริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์	4.10	0.72	พึงพอใจมาก	3
5. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.06	0.70	พึงพอใจมาก	4
6. ร้านขายของที่ระลึก และขายสินค้าพื้นเมือง	3.83	0.76	พึงพอใจมาก	6
7. ความปลอดภัย	4.11	0.67	พึงพอใจมาก	2
8. การเผยแพร่โฆษณา	3.75	0.78	พึงพอใจมาก	7
9. การจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว	3.74	0.82	พึงพอใจมาก	8
ภาพรวม	3.94	0.56	พึงพอใจมาก	-

จากตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการบริการ  
การท่องเที่ยวในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวใน  
เมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของการบริการ ได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาด้านสถานที่พัก  
มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.20 (*S.D.* = 0.76) อันดับ 2 คือ ด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 4.11 (*S.D.* = 0.67)  
อันดับ 3 คือ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 (*S.D.* = 0.72) อันดับ 4 คือ  
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.06 (*S.D.* = 0.70) อันดับ 5 คือด้านการคมนาคมขนส่ง  
มีค่าเฉลี่ย 4.05 (*S.D.* = 0.66) อันดับ 6 คือ ด้านร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง มีค่าเฉลี่ย  
3.83 (*S.D.* = 0.76) อันดับ 7 คือ ด้านการเผยแพร่โฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.75 (*S.D.* = 0.78) อันดับ 8 คือ  
ด้านการจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.74 (*S.D.* = 0.82) และอันดับ 9 คือ  
ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.61 (*S.D.* = 0.90)

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจต่อการบริการการทอ้งเที่ยวในเมืองพัททยาของ  
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	198	3.98	0.55	1.448	149
หญิง	183	3.89	0.58		

จากตารางที่ 12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ  
การทอ้งเที่ยวในเมืองพัททยา ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการ  
การทอ้งเที่ยวในเมืองพัททยากับอายุของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.636	3	.212		
ในกลุ่ม	121.675	377	.323	.657	.579
รวม	122.311	380			

จากตารางที่ 13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ  
การทอ้งเที่ยวของเมืองพัททยา ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการ  
การทอ้งเที่ยวในเมืองพัททยากับอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.255	4	.564	1.766	.135
ในกลุ่ม	120.056	376	.319		
รวม	122.311	380			

จากตารางที่ 14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ  
การบริการการทอ้งเที่ยวของเมืองพัททยา ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการ  
การท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงกับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.124	4	1.708	5.494	.001
ในกลุ่ม	117.188	376	.311		
รวม	122.311	380			

จากตารางที่ 15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงแตกต่างกัน และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทลุง

รายได้ที่ศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 20,000 เยน	20,001 - 50,000 เยน	50,001 - 100,000 เยน	100,001 เยนขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 เยน	3.89		-.0339	.1033	-.2617
20,001 - 50,000 เยน	3.92			.1372	-.2279*
50,001 - 100,000 เยน	3.78				-.3651*
100,000 เยนขึ้นไป					

จากตารางที่ 16 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของ Scheffe พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 20,001 - 50,000 เยน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงแตกต่างจาก ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เยนขึ้นไป โดยพบว่า ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เยนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงมากกว่าผู้ที่มีรายได้ 20,001 - 50,000 เยน ผู้ที่มีรายได้ 50,001 - 100,000 เยน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงแตกต่างจาก ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เยนขึ้นไป โดยพบว่า ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เยนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงมากกว่าผู้ที่มีรายได้ 50,001 - 100,000 เยน

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการ  
การท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.225	4	.564	1.766	.135
ในกลุ่ม	120.056	376	.319		
รวม	122.311	380			

จากตารางที่ 17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการ  
การท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงกับสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.735	2	2.867	9.297	.000
ในกลุ่ม	116.577	378	.308		
รวม	122.311	380			

จากตารางที่ 18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงแตกต่างกัน และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post hoc) ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทลุง

สถานภาพที่ศึกษา	$\bar{X}$	โสด	สมรส	ม่าย
โสด	4.07		.1827*	-.9229*
สมรส	3.88			-1.1127*
ม่าย	5.00			

จากตารางที่ 19 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของ Scheffe พบว่า สถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงแตกต่างจากสถานภาพสมรส โดยพบว่า สถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อการบริการ

การท่องเที่ยวในเมืองพัทยามากกว่าสถานภาพสมรส

สถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแตกต่างจากสถานภาพม่าย โดยพบว่า สถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาน้อยกว่าสถานภาพม่าย

สถานภาพสมรสมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแตกต่างจากสถานภาพม่าย โดยพบว่า สถานภาพสมรสมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาน้อยกว่าสถานภาพม่าย

ตารางที่ 20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีรายได้ต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 21 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช้เวลาในการรอรับประทานอาหารนานเกินไป	151	39.62
2. ปรับปรุงรสชาติอาหาร	35	9.19
3. ควรจัดบริการด้านอาหารให้ดีขึ้น	12	3.15



ตารางที่ 21 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
4. รายการนำเที่ยวไม่ดี เช่น ใช้เวลาในการดูการแสดงนานเกินไป การแสดงไม่ค่อยดีเท่าที่ควร	10	2.62
5. ควรมีอาหารให้หลากหลายกว่านี้	7	1.84
6. เพิ่มคนดูแลในการนำเที่ยว	2	0.52
7. ควรพัฒนาความสามารถของมัคคุเทศก์	1	0.26
8. มัคคุเทศก์อย่าทำงานเพื่อเงินมากเกินไป	1	0.26
9. ขาดความร่วมมือระหว่างบริษัทนำเที่ยวในไทยกับบริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่น	1	0.26
10. การท่องเที่ยวมีความเป็นไทยน้อย	1	0.26

จากตารางที่ 21 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต้องการให้ปรับปรุงในด้านกรบริการด้านอาหาร โดยเฉพาะระยะเวลาในการรอรับประทานอาหาร รสชาติ และความหลากหลายของอาหาร เป็นเพราะบริษัทนำเที่ยวได้จัดรายการอาหารให้นักท่องเที่ยวไว้เรียบร้อยแล้ว นักท่องเที่ยวจึงไม่สามารถเลือกรายการอาหารเองได้ และเนื่องจากสถานที่ที่บริษัทนำเที่ยวพานักท่องเที่ยวไปรับประทานอาหารนั้นเป็นสถานที่เดียวกัน ดังนั้น จึงต้องรอให้บริษัทที่พานักท่องเที่ยวมาก่อนรับประทานอาหารให้เสร็จเรียบร้อย อีกบริษัทหนึ่งจึงจะสามารถพานักท่องเที่ยวเข้าไปรับประทานอาหารได้ ทำให้ต้องใช้เวลาในการรอรับประทานอาหารนานเกินไป นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เสนอแนะให้ปรับปรุงรายการนำเที่ยว โดยเฉพาะการชมการแสดง เพราะนักท่องเที่ยวต้องการชมการแสดงที่มีคุณภาพและต้องไม่ใช้เวลานานในการดูการแสดงนานเกินไป บริษัทนำเที่ยวควรจัดให้มีบุคลากรในการดูแลขณะที่นำเที่ยวมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มักเป็นคณะใหญ่ มัคคุเทศก์อาจไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ในด้านของมัคคุเทศก์ควรพัฒนาความสามารถของมัคคุเทศก์ให้มากขึ้น ไม่ต้องการให้มัคคุเทศก์ทำงานเพื่อเงินมากเกินไป และควรมีการประสานงานระหว่างบริษัทนำเที่ยวในไทยกับบริษัทนำเที่ยวในญี่ปุ่นให้เกิดความร่วมมือมากกว่านี้ ที่สำคัญการท่องเที่ยวไทยยังขาดความเป็นไทยอยู่บ้าง

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา สืบเนื่องมาจาก รัฐบาลได้กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ให้มีการปรับ โครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาคอีกทั้งการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ทำให้เกิดความสนใจในการศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นอย่างไร โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 381 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) ซึ่งผลการศึกษาจะเสนอตามลำดับดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี มากที่สุด ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด มีรายได้เดือนเฉลี่ยที่ระหว่าง 20,001 - 50,000 บาท ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และ สมรสแล้ว

##### ตอนที่ 2 ข้อมูลแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีค่าตอบ มากที่สุด มาก และปานกลาง) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อ

การบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาด้านสถานที่พักมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่พัก อันดับ 2 ด้านความปลอดภัย เห็นว่ามีความปลอดภัยในขณะท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และมีการแนะนำจากมัคคุเทศก์เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตราย อันดับ 3 คือ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เห็นว่า มัคคุเทศก์มีมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการใช้ภาษาญี่ปุ่นในการติดต่อสื่อสารได้ดี และสามารถแก้ไขปัญหาได้ดี อันดับ 4 คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งบันเทิงต่าง ๆ อันดับ 5 คือ ด้านการคมนาคมขนส่ง โดยพึงพอใจในเรื่องการจัดรถบริการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและเรื่องการจัดรถสาธารณะ อันดับ 6 คือ ด้านร้านค้าของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง นักท่องเที่ยวมีความพอใจในด้านความหลากหลายของสินค้า รูปแบบของสินค้าและการบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว อันดับ 7 คือ ด้านการเผยแพร่โฆษณา มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกสถานที่ท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ให้รู้จักเมืองพัทธาและแหล่งท่องเที่ยวในพัทธาดี อันดับ 8 คือ ด้านการจัดบริการอื่น ๆ ในเรื่องของการบริการข้อมูลข่าวสารและการจัดบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากรายการนำเที่ยว อันดับสุดท้าย คือ ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องรสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร การบริการของพนักงาน ความหลากหลายของอาหาร แต่บางส่วนก็ต้องให้ปรับปรุงในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ด้วย

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาในแต่ละด้านกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

2.1 เพศ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 อายุ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 รายได้ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า

2.4.1 ผู้ที่มีรายได้ 20,001 - 50,000 เยน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธาแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ 100,001 เยน ขึ้นไป โดยพบว่า ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เยนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทธามากกว่าผู้ที่มีรายได้ 20,001 - 50,000 เยน

2.4.2 ผู้ที่มีรายได้ 50,001 - 100,000 เชน มีความพึงพอใจต่อการบริการ การท่องเที่ยวในเมืองพทยาแตกต่างจาก ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เชนขึ้นไป โดยพบว่า ผู้ที่มีรายได้ 100,001 เชนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพทยานอกกว่าผู้ที่มีรายได้ 50,001 - 100,000 เชน

2.5 การศึกษา นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีการศึกษาดังกันมีความพึงพอใจต่อ การบริการการท่องเที่ยวในเมืองพทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.6 สถานภาพการสมรส นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพทยาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า

2.6.1 เป็นผู้ที่มิสถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวใน เมืองพทยาแตกต่างจากสถานภาพสมรส โดยพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อ การบริการการท่องเที่ยวในเมืองพทยานอกกว่าสถานภาพสมรส

2.6.2 ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวใน เมืองพทยาแตกต่างจากผู้ที่มีสถานภาพมีคู่ โดยพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อ การบริการการท่องเที่ยวในเมืองพทยานอกกว่าผู้ที่มีสถานภาพมีคู่

2.6.3 ผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวใน เมืองพทยาแตกต่างจากผู้ที่มีสถานภาพมีคู่ โดยพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจต่อ การบริการการท่องเที่ยวในเมืองพทยานอกกว่าผู้ที่มีสถานภาพมีคู่

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ต้องการให้ปรับปรุงในด้านอาหารมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการรอ รับประทานอาหาร เรื่องความหลากหลายของอาหาร และรสชาติของอาหาร นอกจากนี้ยังต้อง ปรับปรุงในเรื่องรายการการนำเที่ยวให้มีความหลากหลาย ในเรื่องของระยะเวลาในการชม การแสดงที่นานเกินไป ลักษณะการท่องเที่ยวยังขาดความเป็นไทย และสุดท้ายในด้านมัคคุเทศก์ เพราะนักท่องเที่ยวรู้สึกว่ามีมัคคุเทศก์บางคน ยังทำงานเพื่อเงินมากเกินไป และต้องการให้ เกิดการประสานงานระหว่างบริษัทนำเที่ยวในไทยกับบริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่นให้ดีกว่านี้

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ การท่องเที่ยวในเมืองพทยา อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานมีอายุ

ระหว่าง 18 - 49 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001 - 100,000 เยน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี และสอดคล้องกับ วริษฐ ลี้มทองกุล ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นร้อยละ 66.1 มีรายได้ต่ำกว่า 100,000 เยน

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา กับข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า

1. เพศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาวิจัยของ ปิยะวรรณ ประกอบธรรม (2541) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่มีต่อการส่งเสริมสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของภาคตะวันออก ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความมีสิทธิเสรีภาพ ความสนใจอยากรู้อยากเห็น ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นหญิงต่างก็ต้องการการบริการที่ดีไม่ต่างจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพศชาย เมื่อได้รับการบริการที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เพศ จึงมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จึงไม่แตกต่างกัน

2. อายุ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานจึงทำให้มีผลต่อความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3. อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาชีพต่างกัน แต่มีความต้องการการบริการที่ดีเหมือนกัน เมื่อได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการตามที่คาดหวังไว้ จึงทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4. รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขยายตัวของ GDP การส่งออกการขยายตัวทางการค้า และการลงทุนจากต่างประเทศในญี่ปุ่น ส่งผลให้ประชาชนในประเทศญี่ปุ่นมีรายได้สูงขึ้น นำไปสู่โอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภคเพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความมีสิทธิเสรีภาพ ความสนใจอยากรู้อยากเห็น ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จึงทำให้

รายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

5. ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาวิจัยของ รัตนา สุขะนิษฐ์ (2546) ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการด้านซักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้ในการบริการที่แตกต่างกัน

6. สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ ในด้านสถานภาพการสมรส ผู้ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันย่อมมีประสบการณ์หลายด้านที่แตกต่างกันรวมถึงประสบการณ์ในการท่องเที่ยวด้วย จึงทำให้ผู้ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต้องการให้ปรับปรุงในด้าน 3 ด้าน ด้วยกันคือ

1. ด้านอาหาร ควรปรับปรุงเรื่องรสชาติ ความหลากหลายของอาหารและระยะเวลาในการรอรับประทานอาหาร
2. ด้านรายการนำเที่ยว ควรจัดการนำเที่ยวที่มีคุณภาพไม่ต้องใช้เวลาในการชมการแสดงมากเกินไป
3. ด้านบุคลากร ในด้านความสามารถของมัคคุเทศก์จำนวนของผู้ดูแลคณะนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนเพียงพอต่อการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เมืองพัทยาควรสนับสนุนให้สถานบริการที่พักที่ได้มาตรฐานแล้วยังคงรักษามาตรฐานอยู่ต่อไป โดยเน้นเรื่องความสะอาด และความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว
2. เมืองพัทยาควรมีการควบคุมการแสดงต่างๆ ให้มีคุณภาพ ควรประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวให้มีการจัดรายการนำเที่ยวอย่างมีคุณภาพ รวมถึงให้บริษัทนำเที่ยวประสานงานกับร้านอาหารและภัตตาคารให้ปรับปรุงเรื่องรสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร การบริการของพนักงานและความหลากหลายของอาหาร

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. เมืองพัทยาควรทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักเมืองพัทยาและแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้มากขึ้น
2. เมืองพัทยาควรเพิ่มแหล่งการบริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งการบริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้สะดวก และง่ายขึ้น

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอื่น ๆ ซึ่งเป็นตลาดหลักนอกเหนือจากญี่ปุ่น คือ เกาหลี จีน ฮองกง ไต้หวัน และมาเลเซีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ขึ้น

## บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิจฐเขต ไกรवास และโกวิท กระจ่าง. (ม.ป.ป.). เอกสารประกอบการเรียนการสอนสถิติเพื่อการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา
- กิตติพงศ์ โรจน์จึงประเสริฐ. (2542). การปรับปรุงคุณภาพกระเบื้องหลังคาคอนกรีต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัญญาเจตต์ความสำเร็จแห่งการบริการ. (2544, สิงหาคม - กันยายน). วารสารรถไฟสัมพันธ์, 21, หน้า 13 - 15.
- เกรียงเทพ วีระนันทนพันธ์. (2546). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันต่อการบริการด้านข้อมูลของมัลลเทศก์ชาวไทย. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์, 24 (1), หน้า 65 - 66.
- จรรยา ศิริพร. (2537). ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการในแผนกสูติกรรม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จักรพงษ์ ธรรมพงษ์บวร. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ. ปริญญานิพนธ์การจัดการนันทนาการ สาขาการจัดการนันทนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัยวิทยาลัยบูรพา.
- ฉลอมศรี พิมพ์สมพงศ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนรัฐ สมหวังประเสริฐ. (2546). ความคาดหวังของพนักงานต่อพฤติกรรมภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กร ศึกษากรณีบริษัทฟอลคอนคอนเทนเนอร์ทรานสปอร์ต จำกัด. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณรงฤทธิ์ หวังพัฒนาณิชย์. (2546). พฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวไทย: กรณีศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น. (2549). ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.kasikomresearch.com/kr/search\\_detail.jsp](http://www.kasikomresearch.com/kr/search_detail.jsp).

ทฤษฎีความคาดหวัง. (2550). ทฤษฎีความคาดหวัง. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://calary.siamhrm.com>.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผลการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.ttresearch.org>.

นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ประกาศคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เรื่องข้อกำหนดเพื่อแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลาดญี่ปุ่น. (2548). บริหารงาน: แนวคิดการบริการ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.budmgt.com>.

บุญกร พงษ์สวัสดิ์. (2541). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ประสพชัย พสุนันท์. (2549, เมษายน - กันยายน). การกำหนดขนาดตัวอย่างการวิจัยตามแนวทางของ Yamane. วารสารปริชาต, 19 (1), หน้า 56 - 64

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: บริษัท ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินติ้ง จำกัด.

ปิยะวรรณ ประกอบธรรม. (2541). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อการส่งเสริมสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของภาคตะวันออก กรณีศึกษานักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

พูนพิสมัย พรหมภิบาล. (2540). ความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ เครือสมิติวช จำกัด. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ฝ่ายวิจัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน. (2538). การประเมินผลงานเทศกาลพัทยา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- รัตนา สุขะนินทร์. (2546). ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการด้านข้าง  
รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวยุโรป. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 116 (ตอนพิเศษ 72ง), หน้า 23 - 24
- รายงานมาตรการส่งเสริมการคุ้มครองนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น. (2548). มาตรการส่งเสริมการ  
คุ้มครองนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaigov.go.th>.
- รัตนา สุขะนินทร์. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการ  
ด้านข้างรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณิ์ บันเทิง และคณะ. (2533). ความพึงพอใจของผู้คลอดต่อบริการพยาบาลของ  
นิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ภาคนิพนธ์  
พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพยาบาลศาสตร์, คณะพยาบาลศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณาวงศ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. (2542). พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ 13.  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วิภาวดี วงษ์บริสุทธิ์. (2536). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ  
บริเวณชายหาดจอมเทียน เมืองพัทยา. พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). การวิจัยเชิงปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญ์ ถักนิคานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปะทะวานิช. (2538).  
กลยุทธ์การตลาด: การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สิรินภา จำรูญ. (2547). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และบริการ  
ท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณหาดแม่พิมพ์ อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี. ปัญหาพิเศษ  
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมหวัง วิทยาลัยนานาชาติ. (2548). *กลยุทธ์ในการสื่อสารองค์กร*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http:// www.melcrum.com](http://www.melcrum.com) the twelve Dimensions of Strategic Internal Communication, By Thomas J.Lee.

สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2540 - 2549. (2549). *การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <http://www.tat.or.th/knowledge.asp>.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *การท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทย*. กรุงเทพฯ: นวตสาร.

สิน พันธุ์พินิจ. (2549). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาพร มากแจ้ง. (2534). *หลักมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ: โอเคียนสโตร์.

Porter, L. W., Lawler, E.E., & Hackman, J.R. (1975). *Behavior in Organization*. (4th ed.). New York: McGraw - Hill.

Schiffman L. G. & L. L. Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice - Hall.

Wolman B. B. (1973). *Dictionary of behavioral science*. New York: Van Nostrand.

Wallerstein H. A. (1971). *Dictionary of Psychology*. Penguin Books.

Vroom H Victor. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley and Sons Inc.

Zikmund William G. (2000). *Business research methods*. Fort Worth: Dryden Press.

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชนผู้สูงอายุที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ( ) หน้าข้อที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) 18 - 29 ปี

( ) 30 - 39 ปี

( ) 40 - 49 ปี

( ) 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

( ) นักศึกษา

( ) เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ

( ) พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง

( ) ข้าราชการ

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้

( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท

( ) 20,001 - 50,000 บาท

( ) 50,001 - 100,000 บาท

( ) 100,001 บาทขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

( ) ระดับมัธยมศึกษา

( ) ระดับอนุปริญญา

( ) ระดับปริญญาตรี

( ) ระดับปริญญาโท

( ) ระดับปริญญาเอก

6. สถานภาพการสมรส

( ) โสด

( ) สมรส

( ) ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

## ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

**คำชี้แจง** โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการคมนาคมขนส่ง</b>					
1. การจัดการด้านการจราจรในเขตเมืองพัทยา					
2. การจัดบริการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถรับจ้าง					
3. บริการรถยนต์โดยสารสาธารณะ เช่น รถสองแถว					
4. การบริการท่าเรือ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ					
5. มาตรการในการดูแลความปลอดภัยและการป้องกันทางทะเล					
<b>ด้านที่พักแรม</b>					
6. ความเพียงพอของที่พักรับการรองรับนักท่องเที่ยว					
7. ความสะอาดสบายของที่พักรับ					
8. ความสะอาดของที่พักรับ					
9. ความปลอดภัยของที่พักรับ					
10. ราคาของที่พักรับ					
<b>ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร</b>					
11. ความเพียงพอของร้านอาหาร					
12. ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร					
13. ความสะอาดของร้านอาหาร					
14. รสชาติของอาหาร					
15. การให้บริการของร้านอาหาร					
16. ราคาอาหาร					

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17. มัคคุเทศก์มีมนุษยสัมพันธ์ดี					
18. ความสามารถของมัคคุเทศก์ในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว					
19. การให้บริการของมัคคุเทศก์					
20. มัคคุเทศก์มีความสามารถในการใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน					
21. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมัคคุเทศก์					
22. ราคาค่าบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว					
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
23. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาดพัทยา เกาะต่าง ๆ					
24. ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน เช่น พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์					
25. ความพร้อมสรรพของแหล่งบันเทิง เช่น บริเวณวอล์คกิ้งสตรีท (Walking Street)					
<b>ด้านร้านค้าของที่ระลึก และขายสินค้าพื้นเมือง</b>					
26. ความหลากหลายของสินค้า					
27. รูปแบบของสินค้ามีความสวยงามและทันสมัย					
28. การจัดบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ เช่น การบรรจุหีบห่อ การจัดส่งสินค้า					
<b>ด้านความปลอดภัย</b>					
29. การดูแลและให้ข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันมิให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายต่าง ๆ					

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
30. มาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ท่องเที่ยว					
31. การปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยและการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว					
<b>ด้านการจัดบริการอื่น ๆ</b>					
32. การบริการด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว					
33. การจัดกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ และกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การจัดงานเทศกาลวันไหลในช่วงสงกรานต์					
<b>ด้านการเผยแพร่โฆษณา</b>					
34. ป้ายประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว					
35. เอกสารประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว					
36. เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของเมืองพัทยา					

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

.....

.....

.....

.....

.....

.....



JFアンケート調査  
 パタヤーの観光サービスの満足度

Part1. 回答いただく方について、お教えてください

下記の質問について、当てはまる項目の ( ) 内にマーク” ”してください。 ✓

1. 性別

( ) 1. 男

( ) 2. 女

2. 年齢

( ) 1. 18-29 才

( ) 2. 30-39 才

( ) 3. 40-49 才

( ) 4. 50才以上

3. 職業

( ) 1. 学生

( ) 2. 経営者、自営業

( ) 3. 会社員

( ) 4. 公務員

( ) 5. その他 \_\_\_\_\_

4. 年収

( ) 1. 400 万円未満

( ) 2. 400 - 700 万円

( ) 3. 701 - 1000万円

( ) 4. 1000 万円超

5. 最終学歴

( ) 1. 中学校卒

( ) 2. 高校卒

( ) 3. 大学卒

( ) 4. 大学院卒

( ) 5. 博士課程以上

6. 結婚歴

( ) 1. 未婚

( ) 2. 既婚

( ) 3. 離婚

**Part.2. パタヤー市の観光サービスについてのアンケート**

5. 段階評価で、最も当てはまる

レベルにマーク” “してくだ

✓

さい。

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

	満足度				
	とても 良い	良い	普通	少し 悪い	悪い
交通					
1. パタヤー内の交通の利便性					
2. 乗用車のサービス。 たとえば、様々な観光シャトルバスタクシー					
3. ミニバスなどのバスサービス					
4. クレーシングなど船のサービス					
5. 港や海の安全性					

## ホテル

6. 宿泊施設の種類の					
7. 宿泊施設の快適さ					
8. 宿泊施設の清潔さ					
9. 宿泊施設付近の安全性					
10. 価格					

## レストラン

11. レストランの数					
12. レストランの多様性					
13. レストランの清潔さ					
14. 料理の味					
15. レストランのサービス					
16. 料理の値段					

	満足度				
	とても 良い	良い	普通	少し 悪い	悪い
旅行会社のサービス					
17. ガイドの親しみやすさ					
18. ガイドの観光に関する情報提供					
19 ツアーガイドのサービス					
20 ガイドの日本語対応能力					
21 問題発生時の解決能力					
22. ツアーガイドのコスト(値段)					

観光アトラクション					
23. 自然の魅力 パタヤの様々な島のリゾートなどの美しさ					
24 カオチーチャン(岩山に描かれた仏像)などの歴史のお					
25 エンターテインメント (ウォーキングストリートなど)					

みやげ物店					
26 商品の種類					
27. パッケージング					
28 配送など様々なサービス					

安全性					
29. 観光客への安全に関する関係当局からの様々な情報					
30. 安全を確保するための様々な措置					
31. 医療の安全性や観光客に提供して援助を提供していま					

その他のサービス					
32. トラベルサービスについての情報					
33. ソンクラーン祭やその他の様々なイベント					

宣伝広告					
34 観光スポットについてのリリース					
35 アトラクションについてのリリース					
36 市内観光名所についてのウェブサイト情報					



## ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ

ชื่อ - สกุล	นางกัญจน์พร ไชยคำ
วัน เดือน ปีเกิด	7 มกราคม 2512
สถานที่เกิด	จังหวัดขอนแก่น
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	919/42 หมู่บ้านโมเดิร์นโฮม หมู่ที่ 12 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2540 - 2544	บริษัท โซนี่ โลจิสติกส์ ประเทศไทย ตำแหน่ง General Clerk ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย Import - Export
พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน	ประกอบธุรกิจอิสระ ด้านการท่องเที่ยว บริษัท HIS จำกัด ไกด์นำเที่ยว (การท่องเที่ยวด้านต่างประเทศ) ญี่ปุ่น
พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน	วิทยาการสอนนวดไทย ของสมาคมแพทย์ไทย (ปทุมธานี) ตำแหน่งวิทยากรพิเศษของศูนย์พัฒนาแรงงานจังหวัด ภาค 3 จังหวัดชลบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
พ.ศ. 2554	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน) วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา