

472023 : สาขาวิชา : การจัดการภาครัฐและเอกชน ; กจ.ม. (การจัดการมหาบัณฑิต)
คำสำคัญ : การสร้างความเชื่อมั่น / นักท่องเที่ยวไทย / การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
เมทิกา วาทินวิเศษ : แนวทางการจัดการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวไทยในการ
เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (An Approach to Managing Thai Tourist's Confidence in
Domestic Tourism) คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.ประกอบ คุณา
รักษ์ ,M.S. Ph.D., รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ ,M.P.A., M.A., Ph.D., ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร. ชลลดา มงคลวนิช ,ศ.ศ.บ., M.A., Ph.D. หน้า 105, ISBN 974-627-125-3

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อทราบความแตกต่างระหว่างคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของ
นักท่องเที่ยวไทยที่ต้องการท่องเที่ยวซ้ำที่เดิมกับที่ไม่ต้องการท่องเที่ยวซ้ำที่เดิม โดยสอบถามกลุ่ม
ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ในเดือนมกราคม
2549 ถึงเดือนเมษายน 2549 วิเคราะห์ข้อมูล แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มของ
นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวซ้ำที่เดิม โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณาในด้าน
ต่างๆโดยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยพบว่า ด้านการใช้งานของสินค้าหรือบริการ ด้าน
การให้บริการ ด้านการรับประกันและด้านราคา รองลงมาคือ ด้านลักษณะของสินค้าหรือบริการ
และ ด้านความมีชื่อเสียง กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการท่องเที่ยวซ้ำที่เดิม โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับพอใจ และเมื่อพิจารณาในด้านต่างๆโดยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยพบว่า ด้าน
การรับประกัน รองลงมาคือ ด้านการให้บริการ ด้านการใช้งานของสินค้าหรือบริการ ด้านราคา
และความมีชื่อเสียง ส่วนด้านลักษณะการใช้งานของสินค้าหรือบริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด
และจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยที่
ต้องการท่องเที่ยวซ้ำที่เดิมกับที่ไม่ต้องการท่องเที่ยวซ้ำที่เดิมแตกต่างกัน ด้านความพร้อมของ
สถานที่ท่องเที่ยวและการบริการ ความพร้อมของร้านอาหารและการบริการ ระบบการจัดการของ
สถานที่ท่องเที่ยว ค่าเข้าชมสถานที่ และความมีชื่อเสียงของบริษัทยานพาหนะ ณ ระดับความมี
นัยสำคัญ.05

472023 : MASTER OF MANAGEMENT

KEYWORDS : Confidence / Thai Tourists / Domestic Tourism

METHIKA WATHINWISIT : An Approach to Managing Thai Tourist's Confidence in Domestic Tourism

THESIS ADVISOR COMMITTEE : ASSOC. PROF. PRAKOB KUNARAK, M.S. Ph.D., ASSO. PROF. PRICHA HONGKRAILERS, M.P.A., M.A., Ph.D., ASST. PROF. CHOLLADA MONGKHONVANIT, M.A., Ph.D. 105 p. ISBN 974-627-125-3

The objective of this research was to identify the different in Service Quality in according with Thai Tourists Acknowledgment between Thai tourists that preferred traveling to the same places and those who did not preferred. By inquiring the sample group of the tourists that traveled in domestic totally 400 samples during January 2006 to April 2006. This research used SPSS/FW Application for data analysis with Frequency Distribution, Percentage, Arithmetic Mean, Standard Deviation and Testing of Hypothesis by means of Parametric Statistic .

The research finding found that in overview, group of the tourists who preferred travelling to the same places were in the content level, and by considering all aspects in descending order found that the satisfaction level of Usage of goods and services was most and next was Services, Warranty and Price , Type of goods and services, and Fame respectively.

In overview, group of tourists who did not prefer travelling to same place was in the content level, and by considering in several aspects in descending order found that the satisfaction level of Warranty was the most, and next was Service, Usage of goods and services, Price and Fame respectively. And Test of Hypothesis was found that Quality Service in according with acknowledgement of Thai Tourists who preferred travelling the same places and did not prefer was different. Readiness of Traveling Place and Service, Readiness of Restaurant and Service, Management System of Traveling Place, Entrance Fee, and Fame of Transportation Company at the significant level of 0.5