

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย – มาเลเซีย : กรณีจังหวัดสงขลา
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอมรรัตน์ ผลศิริ
หลักสูตร / มหาวิทยาลัย	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ เสรี ติลาสัย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาธิ คุรุสากยวงศ์
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อภาษาไทย

การศึกษา “ทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย – มาเลเซีย : กรณีจังหวัดสงขลา” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการค้า และการบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของรัฐ และประชาชนในพื้นที่ต่อองค์ประกอบ 9 ด้าน ประกอบด้วยด้านการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านอาหารบริโภค ด้านราคาสินค้า ด้านสินค้าอุปโภคบริโภคและของที่ระลึก ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่มีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย – มาเลเซีย พื้นที่ใช้ในการศึกษาบริเวณชายแดนไทย - มาเลเซีย จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีจำนวน 424 ตัวอย่าง ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t – test และ One Way Analysis of Variance

ผลการศึกษา พบว่า

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อองค์ประกอบ 9 ด้าน ส่วนใหญ่เห็นด้วยอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03 นักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านอาหารบริโภค ด้านราคาสินค้า ด้านสินค้าอุปโภคบริโภคและของที่ระลึก ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(2)

บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านอาหารบริโภค ด้านราคาสินค้า ด้านสินค้าอุปโภคบริโภคและของที่ระลึก ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว / การค้า / บริการ มีทัศนคติต่อองค์ประกอบ 9 ด้าน ส่วนใหญ่เห็นด้วยอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว / การค้า / บริการ มีทัศนคติด้านการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านอาหารบริโภค ด้านราคาสินค้า ด้านสินค้าอุปโภคบริโภคและของที่ระลึก ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐมีทัศนคติต่อองค์ประกอบ 9 ด้าน ส่วนใหญ่เห็นด้วยอยู่ในระดับดีปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 เจ้าหน้าที่ของรัฐมีทัศนคติด้านการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านอาหารบริโภค ด้านราคาสินค้า ด้านสินค้าอุปโภคบริโภคและของที่ระลึก ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานนั้น พบว่า ทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย – มาเลเซีย : กรณีจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับดีปานกลาง ทำให้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

Thesis Title	The Stakeholoder Attitudes with Thai – Malaysia Border Tourism Business : Case Stuy of Songkhla Provincce
Author	Miss Amonrat Pholsiri
Faculty / University	Business Administration Graduate School Krikk University
Thesis Advison	ASSOC.PROF. Seri Leelalai
Thesis Co - Advison	ASST.PROF. Ati Krusakayawong
Academic Year	2004

Abstract

The reserch study of the thesis Title of “The Stakeholoder Attitudes with Thai – Malaysia Border Tourism Business : Casc Stuy of Songkhla Province” was a survcry reserch study and was with the purposes of studying the attitudes of tourists, tourism business entrepreneurs, trade business operators and relevant services with tourism business, public office civil servants and the local people toward 9 factors comprising of the services on facilites, tourism venues, accommodation facilites, food service, pricing of product, consumer products and souvenirs, sincrity and safety on lives and propertics having effects on Thailand – Malaysia border tourism, the are which was under the study of the Thailand – Malaysia border area in Songkhla Province. The sampling group under this research study was comprised of 424 subjects and the collection of data was processed using SPSS software package, statistics used were comprised of percentage, average, standard deviation, t – test and One Way Analysis of Variance.

The Rcsult of the study Found that :

1. The attitudes of the group of tourist groups towards the 9 factors most were for with them at a good level, with average value of 3.51, and standard deviation of 1.03. The tourists were with the attitudes on the services on facilities, tourism venues, accommodation facilities, food service, pricing of products, consumer product and souvenirs, sincerity and safety on lives and propertics with statistical significncc at the level of .05

(4)

2. The attitudes of the group of population in the localities towards the 9 factors most were for with them at a good level, with average value of 2.92, and standard deviation of 1.09. The group of population in the localities were with the attitudes on the services on facilities, tourism venues, accommodation facilities, food service, pricing of product, consumer products and souvenirs, sincerity and safety on lives and properties with statistical significance at the level of .05

3. The attitudes of the group of entrepreneurs of tourism business / trade / services towards the 9 factors most were for with them at a good level, with average value of 3.33, and standard deviation of 1.05. The group of entrepreneurs of tourism business / trade / services were with the attitudes on the services on facilities, tourism venues, accommodation facilities, food service, pricing of product, consumer product and souvenirs, sincerity and safety on lives and properties with statistical significance at the level of .05

4. The attitudes of the group of public official civil servants towards the 9 factors most were for with them at a good level, with average value of 3.22, and standard deviation of 0.95. The group of public official civil servants were with the attitudes on the services on facilities, tourism venues, accommodation facilities, food service, pricing of product, consumer product and souvenirs, sincerity and safety on lives and properties with statistical significance at the level of .05

The results of hypothesis tests found that the Stakeholder attitudes with Thailand – Malaysia Border Tourism Business : Case Study of Songkhla Province, was at a moderate or medium level and were not in accordance with the assumptions set forth, and most were with different opinions.