

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการในโครงการ  
ครอบครัวสุขสันต์กับบริการชมก.กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระ 9 วัด  
และศาลเจ้าในกรุงเทพมหานคร

ศรินทร์	ประเสริฐช่วง
วรพร	ลรวรรัตน์
วิภาวี	เชิญพิมาย

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการ ศูนย์วิทยบริการ - กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัย  
นเรศวร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการชมก  
กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระ9 วัดและศาลเจ้าในกรุงเทพมหานคร”แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....

(ดร.สุรพิชัย พรหมสิทธิ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(ร้อยเอกชจิต หัพนานนท์)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ - กรุงเทพมหานคร

มหาวิทยาลัยนเรศวร

พฤษภาคม 2550

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.สุรพิชัย พรหมสิทธิ์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จ สมบูรณ์ได้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณองค์กรขนส่งมวลชน ที่กรุณา ให้คำแนะนำพร้อมทั้งให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ และขอขอบคุณเพื่อนๆ กลุ่ม Hotel/48 มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ให้กำลังใจเสมอมา จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่ได้ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนทุกๆ ด้านเป็นอย่างดี ความสำเร็จของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบ และอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

นางสาวศรินทร์	ประเสริฐช่วง
นางสาววรพร	ฉรรพรัตน์
นางสาววิภาวี	เชิญพิมาย

ชื่อเรื่อง	:	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยว ชสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระ และศาลเจ้า 9 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร
ผู้เขียน	:	นางสาวศรินทร์ ประเสริฐช่วง ,นางสาวรพร วรรณรัตน์ , นางสาววิภาวี เชิญพิมาย
ประธานที่ปรึกษา	:	ดร. สุรพิชัย พรหมสิทธิ์
ประเภทสารนิพนธ์	:	การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550

## บทคัดย่อ

### จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ
2. เพื่อเสนอแนะปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว และบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก.

### วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชสมก. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชสมก. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากปัจจัย ดังนี้คือ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ด้านระยะเวลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนทั้งสิ้น 24 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล จำแนกได้ดังนี้ วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้คำนวณค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ผล ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ผลความพึงพอใจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชสมก. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาล



เจ้า ในกรุงเทพมหานคร และใช้สถิติ t - test, One way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชมรม. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ใน กรุงเทพมหานคร

### **ผลการศึกษาค้นคว้า**

1. นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชมรม. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่มากในทุก ๆ ด้าน คือ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ด้านระยะเวลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
2. นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชมรม. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการให้บริการ มีความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงาน สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ มีความเต็มใจในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เอาใจใส่ สุภาพ อภัยด้วยดี มีหน่วยงานที่สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ารับบริการได้อย่างเหมาะสม มีความพร้อมในสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ บุคคลและสิ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	12
ความสำคัญของการวิจัย.....	12
ขอบเขตของการวิจัย.....	12
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	12
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	13
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	14
แนวคิดด้านการท่องเที่ยว.....	14
แนวคิดด้านธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครเพื่อ การท่องเที่ยว.....	17
แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว.....	25
ความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาด .....	25
แนวคิดด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว.....	31
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและคุณภาพงานบริการ.....	35
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b> .....	45
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	49

## สารบัญ (ต่อ)

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
สัญญาลักษณะที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
5 บทสรุป .....	72
สรุปผลการศึกษา.....	73
อภิปรายผล.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	76
บรรณานุกรม .....	78
ภาคผนวก .....	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการชมก.กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระ9 วัดและศาลเจ้าในกรุงเทพมหานคร	
ประวัติผู้วิจัย .....	83

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว.....	3
2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว.....	51
3 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานคร.....	53
4 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการให้บริการ.....	54
5 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร ด้านพนักงานให้บริการให้บริการ.....	55
6 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ท่องเที่ยวท่องเที่ยว.....	56
7 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลา.....	57
8 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	57
9 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและ ศาลเจ้า 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร ด้านราคา.....	58
10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน.....	59
11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน.....	59
12 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน.....	63

## บัญชีตาราง(ต่อ)

13	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน .....	64
14	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน.....	65
15	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน .....	68
16	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน .....	69

## บัญชีภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงสถิติจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการขสมก/วัน.....	10
2 แสดงสถิติจำนวนรถยนต์โดยสารประจำทางในกรุงเทพมหานคร.....	11
3 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	13

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เพราะสามารถที่จะทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวที่จะต้องใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ รวมถึงเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อเนื่องในอีกหลาย ๆ ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขายของที่ระลึกจึงสามารถกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ จากข้อมูล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2549 ) พบว่าในปี พ.ศ.2548 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 10,317,713 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 450,000 ล้านบาทและในปี พ.ศ. 2549 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างน้อย 13.80 ล้านคนซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ร้อยละ 18 ซึ่งจะทำให้มีรายได้โดยประมาณ 533,000 ล้านบาทจากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่ารายได้ดังกล่าวจะส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศมีการเจริญเติบโตมากขึ้น

อย่างไรก็ตามแล้วจากสถานการณ์ เศรษฐกิจปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ในเรื่องของราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยว ด้านคมนาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ซึ่งจะต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การผลิตสินค้าอุปโภค บริโภค เป็นเชื้อเพลิง หรือ เพื่อคมนาคมขนส่ง การที่น้ำมันมีราคาแพง ทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ต้องปรับตัวตาม เพื่อให้สามารถครอบคลุมต้นทุนค่าใช้จ่าย ดังนั้นเมื่อสินค้าและบริการมีราคาแพงขึ้น อัตราการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคก็ย่อมลดลง ส่งผลให้องค์กร หรือบริษัทต่าง ๆ ต้องปรับตัว และ คิดหาวิธี ใหม่ ๆ ที่จะดึงดูดลูกค้า ให้มาใช้สินค้าและบริการเช่นเดิมสำหรับในกรุงเทพมหานคร ปัญหาน้ำมันแพง ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และการคมนาคมขนส่ง เป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าสินค้าต่าง ๆ ได้มีการปรับราคาสูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนที่แพงกว่าเดิม ในขณะที่การคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งสาธารณะในกรุงเทพฯ ซึ่งมีอยู่ 2 องค์กรหลัก คือ องค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และ รถร่วมบริการ ซึ่งดำเนินงานโดยเอกชน ทำหน้าที่

ให้บริการขนส่งแก่คนกรุงเทพฯ ครอบคลุมทุกพื้นที่ ต่างก็ได้รับผลกระทบต่อสถานการณ์น้ำมัน ราคาแพงเช่นเดียวกันจึงทำให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถโดยสารประจำทางของ ขสมก. มากขึ้น และเพื่อเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนได้ท่องเที่ยวในราคาประหยัดรวมถึงสนับสนุนนโยบายของ รัฐบาลที่ต้องการรณรงค์ให้วันอาทิตย์เป็นวันครอบครัว (Happy Family Sunday) จึงทำให้องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) จึงได้จัดตั้งโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. ขึ้น ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมาทั้งนี้นอกจากจะเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนให้ประชาชนที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางได้มีโอกาสท่องเที่ยวเป็นครอบครัวแล้วยังเป็นการนำรถโดยสารของ ขสมก. เพื่อการใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ สูงสุดในวันหยุดที่มีปริมาณผู้โดยสารใช้น้อยกว่าในวันปกติ เพื่อที่จะทำ ขสมก. มีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อรับรองกับต้นทุนค่าน้ำมันที่สูงขึ้นนอกจากนี้การจัดทำโครงการดังกล่าว ยังเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่าง ขสมก. และประชาชนผู้ใช้บริการเพื่อให้สามารถนำปัญหา ในการบริการไปพัฒนาปรับปรุงต่อไป โดยพนักงานผู้ให้บริการจะต้องเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อที่จะ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการโดยโปรแกรมดังกล่าวจะครอบคลุมกรุงเทพฯ และ จังหวัดใกล้เคียง

ปัจจุบันองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ ขสมก. ได้มีนโยบายส่งเสริม สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยทำการทดลองจัดตั้งโครงการ “ ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. ” ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้รถโดยสาร - 2 ซึ่งเป็นรถโดยสารประจำทางปรับอากาศที่มีขนาดกว้างขวาง และสะดวกสบาย มีระบบเครื่องอำนวยความสะดวกมาตรฐานไอเสียที่มีการเผาไหม้ได้อย่าง สมบูรณ์ มีการใช้ก๊าซธรรมชาติ NGV เป็นเชื้อเพลิง ดังนั้นจึงทำให้ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะที่เป็นพิษต่ออากาศ เป็นพาหนะในการเดินทาง เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย ถึงปานกลางที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครได้ท่องเที่ยวอย่างประหยัดค่าใช้จ่าย และเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ “คมนาคมเพื่อประชาชน” นอกจากนี้แล้วยังเป็นการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมให้วันอาทิตย์ เป็นวันครอบครัว และสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ด้วย



ตาราง 1 แสดงถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

โปรแกรม	สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ออกรถ
โปรแกรม ที่ 1	ไหว้พระ 9 วัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดมเหยงค์ วัดใหญ่ไชยมงคล วัดพนัญเชิง วัดไก่เตี้ย วัดพุทธไสสวรรค วัดกษัตราธิราชวรวิหาร วัดท่ากาเรือ วัดตูม วัดมงคลบพิตร	คู່บางเขน(ใกล้วัดพระศรี มหาธาตุ) ทุกวันเสาร์ และวันอาทิตย์ เวลา 09.00 น.
โปรแกรม ที่ 2	ไหว้พระ 9 วัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดมเหยงค์ วัดใหญ่ไชยมงคล วัดพนัญเชิง วัดหน้าพระเมรุ วัดพุทธไส สวรรค วัดกษัตราธิราชวรวิหาร วัดท่ากาเรือ วัดตูม วัดมงคลบพิตร	คู่งคลองเตย ทุกวันเสาร์ และวันอาทิตย์ เวลา 07.00 น.
โปรแกรม ที่ 3	ไหว้พระ 9 วัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดมเหยงค์ วัดใหญ่ไชยมงคล วัดพนัญเชิง วัดหน้าพระเมรุ วัดศาลาปูน วัดราชบูรณะ วัดท่ากาเรือ วัดตูม วัดมงคลบพิตร	คู่งบางแค ทุกวันเสาร์ และวันอาทิตย์ เวลา 07.00 น.
โปรแกรม ที่ 4	ไหว้พระ 9 วัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดศาลาปูน วัดใหญ่ไชยมงคล วัดพนัญเชิง วัดหน้าพระเมรุ วัดกษัตราธิ ราชวรวิหาร วัดไชยวัฒนาราม วัดท่ากาเรือ วัดตูม วัดมงคลบพิตร	คู่งท่าอิฐ- ไลต์ส (พระราม 5) ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 07.00 น .
โปรแกรม ที่ 6	ไหว้พระ 9 วัดจังหวัดนครปฐม ได้แก่ พุทธมณฑล วัดปฐมเจดีย์ วัดศรีษะ ทอง วัดดอนหวาย วัดไผ่ล้อม วัดบางพระ วัดไร่ขิง เจดีย์พระประโทน วัดศรีมหาโพธิ์	คู่งบางเขน(ใกล้วัดพระศรี มหาธาตุ) ทุกวันเสาร์ เวลา 09.00 น.

โปรแกรม	สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ออกรถ
โปรแกรม ที่ 7	ไหว้พระ 9 วัดจังหวัดนครปฐม ได้แก่ พุทธมณฑล วัดปฐมเจดีย์ วัดพระ ประโทน วัดดอนหวาย วัดไผ่ล้อม วัดท่าพูด วัดไร่ขิง วัดศรีชะทอง วัดหอมเกล็ด	อนุสาวรีย์ชัย (ฝั่งโรบินสัน) ทุกวันอาทิตย์ เวลา 07.00 น.
โปรแกรม ที่ 8	ไหว้พระ 9 วัดจังหวัดนครปฐม ได้แก่ พุทธมณฑล วัดปฐมเจดีย์ วัดกลาง บางพระ วัดดอนหวาย วัดไผ่ล้อม วัด บางพระ วัดไร่ขิง วัดดอนยายหอม วัดศรี มหาโพธิ์	คู้ใต้ทางด่วนสาธุประดิษฐ์ ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 08.00 น.
โปรแกรม ที่ 9	ไหว้พระจังหวัดนครปฐม ได้แก่ วัดพระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนาม จันทร์ พิพิธภัณฑน์หุ่นขี้ผึ้ง วัดไร่ขิง วัดไผ่ล้อม วัดดอนหวายและตลาดดอนหวาย	คู้สายลวด ทุกวันเสาร์ เวลา 07.00 น
โปรแกรม ที่ 10	ไหว้พระ 7 วัด จังหวัดสิงห์บุรี วัดอัมพวัน วัดพิบูลทอง วัดม่วง วัดพระนอน จักรสีห์ วัดไชโยวรวิหาร วัดสน วัดบางขุน อินทร์	คู้บางเขน(ใกล้วัดพระศรี มหาธาตุ) ทุกวันเสาร์ เวลา 09.00 น.
โปรแกรม ที่ 11	ไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายใน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ วัดชนะสงคราม วัด สุทัศน์ฯ ศาลเจ้าพ่อเสือ ศาลหลักเมือง วัด พระแก้ว วัดโพธิ์ วัดระฆัง วัดอรุณ และวัด กัลยานิมิตร	อนุสาวรีย์ชัย ฝั่งพวงหลี่ ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 08.00 น.
โปรแกรม ที่ 12	จังหวัดฉะเชิงเทรา วัดจีนประชาสโมสร วัดโสธรวราราม วัดโพธิ์ ยางคล้า ร้ารณขนมเปี้ยะ หาดบางแสน ศาล เจ้าหน้าจาชชาติจ้อ	คู้มีนบุรี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 09.00 น.

โปรแกรม	สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ออกรถ
โปรแกรม ที่ 13	สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี	อนุสาวรีย์ชัยฯ ฝั่งโบรินสัน
โปรแกรม ที่ 14	สวนสัตว์เปิดเขาเขียว (ไนท์ซาฟารี) จังหวัด ชลบุรี ศาลเจ้าหน่ยจาซาไท้จื้อ ตลาดหนองมน ศาลเจ้าแม่สามมุข แหลมแท่น พิพิธภัณฑ สัตว์ทะเล สวนสัตว์เปิดเขาเขียว	คู่สายลวด ทุกวันเสาร์ เวลา 13.00
โปรแกรม ที่ 15	จังหวัดชลบุรี วัดหลวงพ่อโสธร ศาลเจ้าหน่ยจาซาไท้จื้อ หาดบางแสน หนองมน อ่างศิลา	คู่คลองเตย วันอาทิตย์สัปดาห์ที่ 1 และวัน เสาร์สัปดาห์ที่ 3 ของเดือน
โปรแกรม ที่ 16	จังหวัดสุพรรณบุรี (มิ่งฉวาง) ชมปลาน้ำจืด อุโมงค์ไต้ น้ำ สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วัดป่าเลไลยก์	คู่ท่าอิฐ- ไลต์ส ( พระราม 5) ทุกวันอาทิตย์ เวลา 07.00 น.
โปรแกรม ที่ 17	จังหวัดสุพรรณบุรี ( ไปตลาด 100 ปีของ สุพรรณ) หมู่บ้านควาย อนุสรณ์ดอนเจดีย์? อนุสาวรีย์พระนเรศวร วัดป่าเลไลยก์ วัด มัจฉา วัดพระนอน ชมหอคอยบรรหาร	คู่กำแพงเพชร ทุกวันอาทิตย์เวลา 07.30 น.
โปรแกรม ที่ 18	จังหวัดกาญจนบุรี พระปฐมเจดีย์ วัดตะคร้ำเอน วัดถ้ำเสือ รับประทานอาหารบนแพ ล่องแพชมถ้ำ มังกร แม่ชีลอยน้ำ ถ้ำเขาปูน	คู่ใต้ทางด่วน สาธุประดิษฐ์ วันอาทิตย์สัปดาห์ที่ 1 และวัน เสาร์ สัปดาห์ที่ 3 ของเดือน เวลา 07.00 น
โปรแกรม ที่ 19	ตลาดน้ำวัดอัมพวา (สมุทรสงคราม) วัดบางกุ้ง-โบสถ์ปรกโพธิ์ วัดบางแค่น้อย- โบสถ์ไม้สัก หลวงพ่อวัดบ้านแหลม ตลาด รางรถไฟ ตลาดน้ำยามเย็นวัดอัมพวา ลงเรือ ชมหิ่งห้อย วัดเพชรสมุทรวรวิหาร	คู่แสนคำ ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 12.00 น.

โปรแกรม	สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ออกรถ
โปรแกรม ที่ 20	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ราชบุรี ) วัดเพชรสมุทรวรวิหาร ตลาดรางรถไฟ(ร่วม หุบ ) อุทยาน ร.2 หลวงพ่อวัดบ้านแหลม โบสถ์ไม้สัก โบสถ์ปรกโพธิ์	อู่แสนคำ ทุกวันอาทิตย์เวลา 08.00 น.
โปรแกรม ที่ 21	อู่บางแค-นมัสการหลวงพ่อโสธร นมัสการหลวงพ่อโสธร ไหว้พระวัดจีนสโมสร ชมปฏิมากรรมของชาวจีน ซุ้มของที่ระลึก อ่างศิลา ชมทัศนียภาพของเขาสามมุก เที่ยวชายหาดบางแสน ซุ้มของฝากตลาด หนองมน ก่อนกลับสักการะหลวงพ่โต วัด บางพลี	อู่บางแค ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 07.00 น.
โปรแกรม ที่ 22	ไหว้พระ 9 วัด พระนครศรีอยุธยา วัดมเหยงค์ วัดอโยธยา วัดสมณโกฏฐาราม วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ไชยมงคล วัดท่าการ้อง วัดกษัตราธิราชวรวิหาร วัดหน้าพระเมรุ วิหารพระมงคลบพิตา	อนุสาวรีย์ชัยฯ ทุกวันเสาร์และ วันอาทิตย์ 08.00 น.
โปรแกรม ที่ 23	บางแสน -ชลบุรี วัดโสธรวราราม อ่างศิลา ศาลเจ้าหน้าจาช่า ไห้ซื้อ ศาลเจ้าแม่กวนอิม พิพิธภัณฑสถาน เล่นน้ำทะเล ณ หาดบางแสน ตลาดหนองมน	อนุสาวรีย์ชัยฯ ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.00 น.

ที่มา : แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก.

อย่างไรก็ตามประชาชนที่สนใจสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ศูนย์บริการประชาชน ขสมก.  
โทรศัพท์184 ทุกวัน เวลา 06.00-21.00 น. ทั้งนี้ นอกจากการจ้ดรถบริการท่องเที่ยวแบบเข้าไป  
เย็นกลับในราคาประหยัดแล้ว ในแหล่งท่องเที่ยวที่ ขสมก. พาไปก็มีการซื้อขายสินค้าของที่ระลึก  
ของชุมชนชาวบ้าน ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นนั้นๆ ตามไปด้วย ขณะเดียวกัน พนักงาน

ที่ทำให้บริการของ ขสมก.ก็เกิดการเรียนรู้กับงานบริการ มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดคุ้นเคยกับประชาชน ผู้โดยสารที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความเป็นมาของกิจการรถเมล์ในกรุงเทพมหานคร ตามประวัติกล่าวว่ารถเมล์โดยสารประจำทางในสมัยก่อนเรียกว่ารถเมล์ เข้าใจว่าคงเรียกชื่อตามเรือเมล์ รถเมล์ประจำทางที่มีครั้งแรกนั้น ใช้กำลังม้าลากจูงแทน ไม่ต้องอาศัยน้ำมันเชื้อเพลิงให้เป็นภาวะเดือดร้อนแก่ผู้ประกอบการ เช่นในปัจจุบัน ซึ่งพระยาภักดี นครเศรษฐ์ (นายเลิศ เศรษฐบุตร) เป็นผู้ริเริ่มกิจการรถเมล์เมื่อราวปี พ.ศ. 2450 วิ่งจากสะพานยศเส (กษัตริย์ศึก) ถึงประตูน้ำสระปทุม แต่เนื่องจาก ใช้ม้าลากจึงไม่รวดเร็วทันใจ และไม่สามารถให้ความสะดวกแก่ผู้โดยสารได้เพียงพอ ต่อมาในปี พ.ศ. 2456 พระยาภักดีฯ จึงได้ปรับปรุงกิจการใหม่ รวมทั้งเปลี่ยนแปลงวิธีการเดินรถ โดยนำรถยนต์ยี่ห้อฟอร์ดมาวิ่งแทนรถเดิม ที่ใช้ม้าลาก และขยายเส้นทางให้ไกลขึ้น จากประตูน้ำสระปทุมถึงบางลำพู(ประตูใหม่ ตลาดยอดรถยนต์ที่ใช้ เป็นรถโดยสารประจำทางครั้งแรกมี 3 ล้อ ขนาดเท่ากับ 1 ใน 3 ของรถโดยสารประจำทาง ในปัจจุบัน มีที่นั่ง 2 แถว ทาสีขาว มีกากบาทสีแดง นั่งได้ประมาณ 10 คน คนทั่วไปเรียกว่าอ้ายโกร่ง เพราะวิ่งไปตามถนนมีเสียงดังโคร่งกร่าง ประชาชนได้รับความสะดวกรวดเร็ว ในการเดินทางเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย รถเมล์จึงขยายตัวอย่างกว้างขวาง ออกไปทั่วกรุงเทพฯ ในนามของบริษัท นายเลิศ จำกัดหรือบริษัทรถเมล์ขาว การประกอบอาชีพการเดินรถโดยสารประจำทางได้ขยายตัวขึ้น เมื่อรัฐบาลมีการสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 150 ปี (พ.ศ. 2475) พร้อมทั้งได้สร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าฯ เพื่อเชื่อมการคมนาคมระหว่างฝั่งพระนคร และธนบุรี ต่อมาในปี พ.ศ. 2476 กิจการรถเมล์เริ่มเป็นปีกแผ่น ได้มีเศรษฐีชาวเงินเล็งเห็นว่า การประกอบการเดินรถโดยสารประจำทาง เป็นอาชีพที่มั่นคง และทำรายได้ดีอย่างหนึ่ง จึงได้ก่อตั้ง บริษัทเดินรถโดยสารประจำทาง ขึ้นชื่อบริษัท ธนนครขนส่ง เดินรถจากตลาดบางลำพู ถึงวงเวียนใหญ่ หลังจากนั้นได้มีผู้ลงทุน ตั้งบริษัทรถโดยสารประจำทาง เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ รัฐวิสาหกิจและราชการ ก็ทำการเดินรถด้วย คือ เทศบาลนครกรุงเทพฯ เทศบาลนนทบุรี บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (รสพ.) และบริษัทเอกชนอีก 24 บริษัท รวมผู้ประกอบการเดินรถโดยสารประจำทาง ในกรุงเทพฯ ขณะนั้นมีถึง 28 ราย

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ทางราชการได้ขายรถบรรทุกให้เอกชน เป็นจำนวนมาก ซึ่งเอกชนได้นำรถบรรทุก มาดัดแปลงเป็นรถ โดยสารประจำทาง มีการเลือกเส้นทางเดินรถเอง โดยไม่ให้เข้ากับ เส้นทางที่มีรถรางวิ่งอย่างเสรี จึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันขึ้น รัฐบาลจึงได้ออก พ.ร.บ. การขนส่ง ในปี พ.ศ. 2497 มาควบคุม โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการรถ โดยสารประจำทาง ต้องขอรับใบอนุญาตประกอบการขนส่งและ ในระยะหลังๆ การให้บริการรถเมล์ชักจะเกิดความสับสน มีการเดินรถทับเส้นทางกันบ้าง แย่งแย่งผู้โดยสารกันบ้าง การให้บริการของแต่ละ บริษัทก็ไม่เป็น

มาตรฐานเดียวกัน ปล่อยให้มีการเดินรถอย่างเสรี ทำให้เกิดปัญหา ความคับคั่งของ การจราจร เนื่องจากจำนวนรถ ในท้องถนนมีมากกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งผลเสียทั้งหมดตกอยู่กับ ผู้ใช้บริการ ทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ ได้ประสบปัญหา ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมัน ในตลาดโลกได้เพิ่มสูงขึ้น อย่างฉับพลัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา แต่ผู้ประกอบการ ไม่สามารถจะปรับอัตราค่าโดยสาร ให้เพิ่มขึ้นในอัตราสมดุลงกับราคาน้ำมันได้ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้นจึงเป็นผลให้ หลายบริษัทเริ่มประสบกับปัญหา การขาดทุน บางบริษัทก็มีฐานะทรุดลงจนไม่สามารถ จะรักษาระดับบริการที่ดี แก่ประชาชนต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการรวมรถ โดยสารประจำทางต่างๆ ให้เหลือเพียงหน่วยงานเดียวครั้งในเดือนกันยายน 2518 ในสมัยรัฐบาล ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี จึงได้มีมติของคณะรัฐมนตรี ให้รวมรถโดยสารประจำ ทางในกรุงเทพมหานคร เป็นบริษัทเดียว เรียกว่า "บริษัทมหานครขนส่ง จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจ ประเภทบริษัท จำกัด มีรัฐถือหุ้นอยู่ 51% และเอกชนถือหุ้น 49% แต่การรวมและการจัดตั้งเป็น บริษัทมหานครขนส่ง จำกัด ในขณะนั้นมีปัญหาบางประการ ในเรื่องของกฎหมายการ จัดตั้งใน รูปแบบ ของการประกอบกิจการขนส่ง ดังนั้น ต่อมาในสมัยรัฐบาลของ ม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช จึงได้ ออกพระราชกฤษฎีกา การจัดตั้งเป็นองค์การของรัฐให้ชื่อว่า "องค์การขนส่งมวลชน"

องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เป็นรัฐวิสาหกิจที่มีการให้บริการแก่ประชาชนใน การดำเนินงานด้านขนส่งมวลชนผู้ที่มีรายได้น้อย และปานกลาง โดยจัดบริการรถโดยสารประจำ ทาง รับ-ส่ง ในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงอีก 5 จังหวัด อันได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม จะมีการจัดเก็บอัตราค่าโดยสารในราคาที่ต่ำ มีพันธกิจ ในการให้บริการขนส่งประชาชนให้มีความเพียงพอ ทั้งถึงและเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ให้บริการที่เป็นมาตรฐาน มุ่งเน้นถึงความปลอดภัย เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ มีการเชื่อมโยงกับ ระบบขนส่งอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในด้านราคา และไม่ใ้ กระทบกระเทือนต่อผู้ที่มีรายได้น้อยจนถึงปานกลาง ปัจจุบันได้มีการเพิ่มประเภทของการให้บริการ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถรองรับอัตราความต้องการในการใช้บริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เรื่อย ๆ นอกจากนี้แล้ว การบริการขนส่งมวลชน ยังเป็นผู้ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากมีการจัดตั้งโครงการ "ครอบครัวสุขสันต์กับบริการท่องเที่ยว ขสมก." ซึ่ง โครงการนี้เป็นการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยในราคาประหยัด เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เริ่มมีการปรับปรุงคุณภาพ มาตรฐานการ ให้บริการรถเมล์ให้สู่มาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 ซึ่งตัวรถจะต้องมีความสะอาดทั้งภายใน และภายนอก และพนักงานให้บริการจะต้องมีความสุภาพ มีความปลอดภัยในการให้บริการ และ

การปล่อยรถจะต้องมีเวลาที่แน่นอนโดยไม่ปล่อยให้ผู้โดยสารต้องรอนาน นอกจากนี้แล้วยังมีรถในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพียงพอ

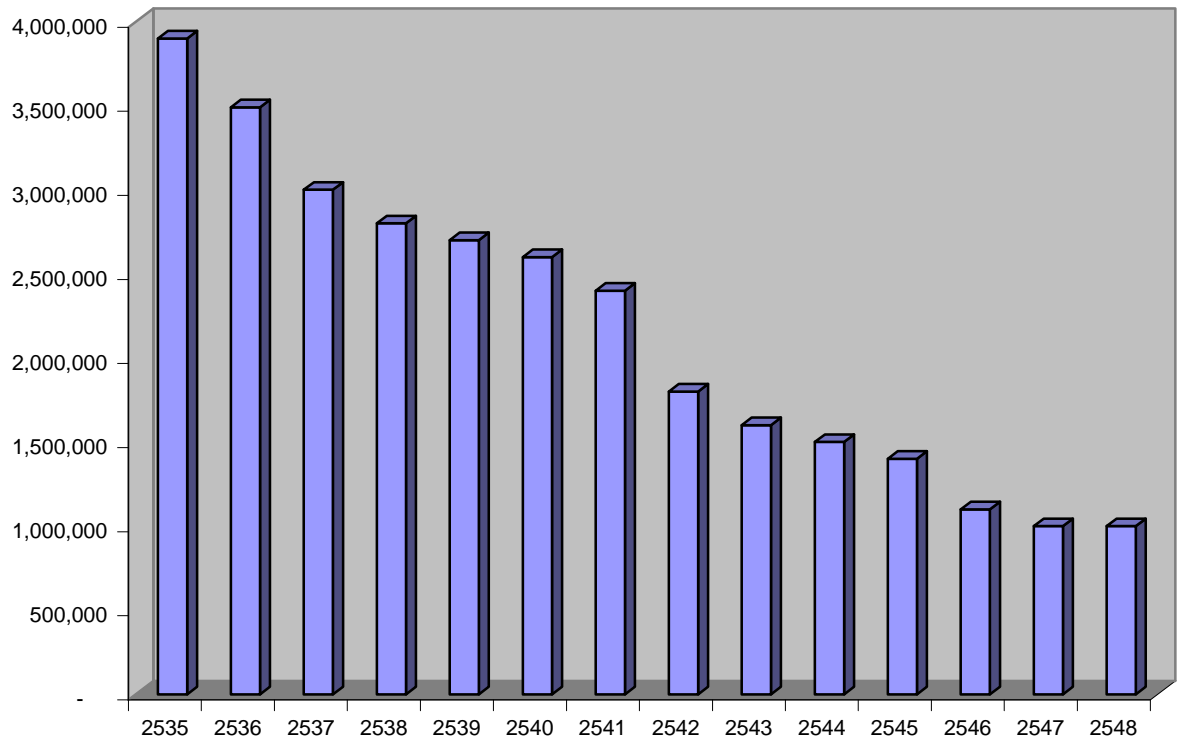
องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) มีหน้าที่ควบคุมดูแลรถโดยสารประจำทางแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. รถโดยสารประจำทางของ ขสมก. ซึ่งได้ทำการแบ่งเขตเดินรถโดยสารประจำทางเพื่อให้บริการประชาชนออกเป็น 8 เขต ได้แก่รถโดยสารประจำทางในรูปแบบของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่ให้บริการประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนประมาณ 479 สาย คิดเป็นร้อยละ 95 ของปริมาณรถเมล์ที่ให้บริการทั้งหมด สามารถแบ่งเป็นรถโดยสารปรับอากาศจำนวน 1,000 คัน และรถโดยสารแบบธรรมดาประมาณ 6,000 คัน มีการให้บริการครอบคลุมพื้นที่จำนวนร้อยละ 80 ของพื้นที่ให้บริการทั้งหมด

2. รถโดยสารประจำทางของบริษัทเอกชนร่วมบริการ ได้แก่ รถธรรมดาครีม - แดง รถธรรมดาขาว - เขียว รถทางด่วนครีม - แดง รถบริการตลอดคืนครีม - แดง รถปรับอากาศขาว - น้ำเงิน และรถปรับอากาศยูโร เหลือง - ส้ม

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้ผู้ศึกษาเห็นว่าการทำงานการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. จะทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

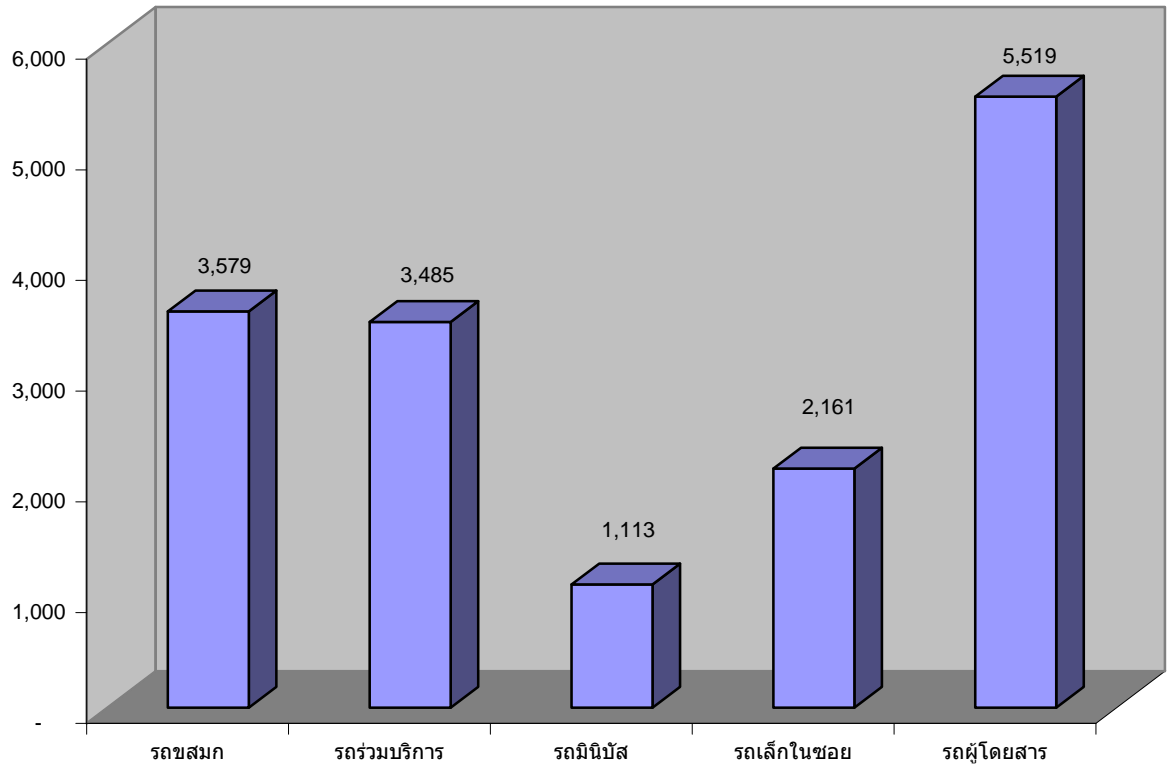
ภาพที่ 1 แสดงสถิติจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการ ขสมก./ วัน



(องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.), 2549.เว็บไซต์)



ภาพที่ 2 แสดงสถิติจำนวนรถยนต์โดยสารประจำทางในกรุงเทพมหานคร



(องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.), 2549.เว็บไซต์)

## จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ
2. เพื่อเสนอแนะปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว และบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก.

## ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องนำไปพิจารณาประกอบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

## ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก.

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชสมก. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร.

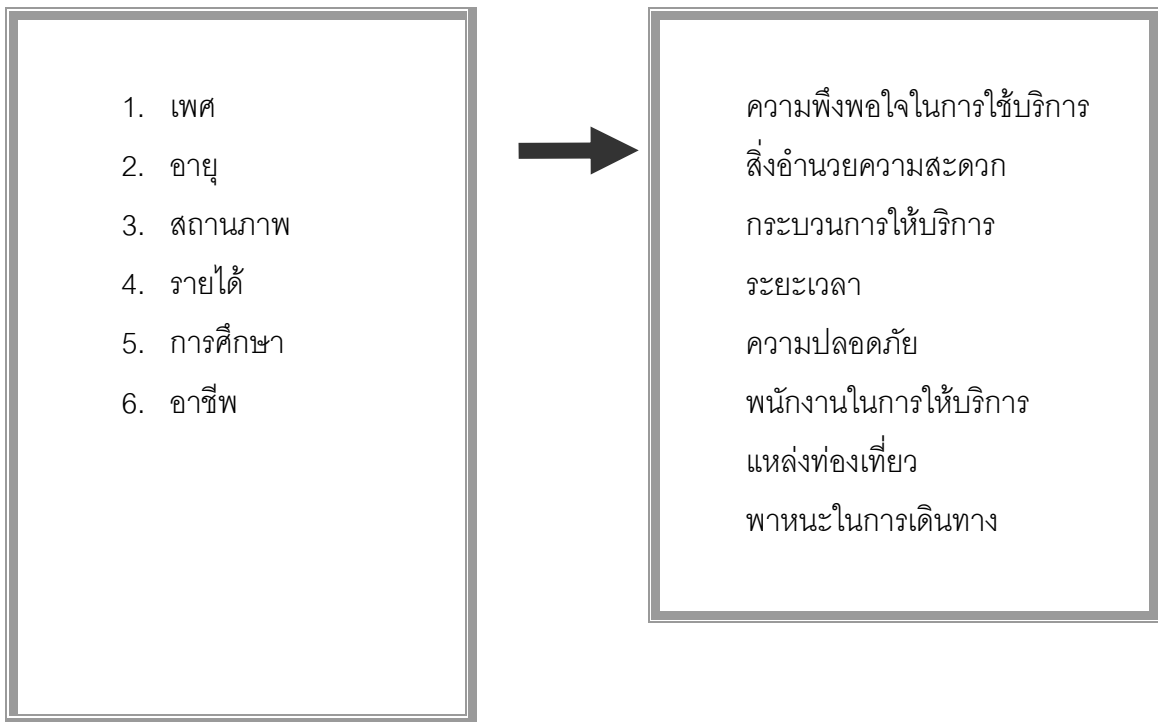
## นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดหรือนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาไว้ดังนี้

1. ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับจากการใช้บริการของบริการครอบครัวสุขสันต์กับบริการชสมก.
2. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวสุขสันต์ กับบริการชสมก.

## กรอบแนวความคิดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวความคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในการวิจัยไว้ดังนี้



ภาพ 3 แสดงกรอบแนวความคิด

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดต่างๆ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะใช้เป็นฐานอ้างอิงในการศึกษา และกล่าวถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้

#### แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
- แนวคิดด้านธุรกิจการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และองค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เพื่อการท่องเที่ยว
- แนวคิดด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
- แนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
- แนวคิดด้านความพึงพอใจ และคุณภาพการบริการ
- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่ เพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ วัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ การท่องเที่ยวทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่างๆ

#### ความหมายของการท่องเที่ยว

ปัจจุบันได้มีนักวิชาการเสนอแนวคิด และให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544. หน้า 84-85) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาว่างและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพื่อการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยจะมีแรง

กระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ หรือเกียรติคุณเข้ามาร่วมด้วย

(วรรณ วรษาณิษ, 2546. หน้า7) กล่าวว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ สนุกสนานเพลิดเพลินร่วมกัน

(พรสวรรค์ มโนพัฒนนะ, 2547. หน้า 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่ไม่ใช่เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ การไปทำงานประจำ รวมทั้งไม่ใช่เพื่อหารายได้ เรียนหนังสือ และไปอาศัยอยู่เป็นการถาวร

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548. หน้า 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือธุรกิจใด ๆ ในประเทศใดประเทศหนึ่งที่เดินทางไป
2. การเดินทางเพื่อจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. การเดินทางไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานทางการทูต หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือองค์การเอกชนโดยได้ค่าจ้างตอบแทน
4. การเดินทางข้ามพรมแดน เพื่อไปทำงานเป็นประจำทุกวัน
5. การเดินทางผ่านประเทศใดประเทศหนึ่งโดยไม่แวะลง ซึ่งเป็นเวลานานกว่า 24 ชั่วโมง
6. การเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่นการเคลื่อนย้ายกำลังพลทหาร หรือการเคลื่อนย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

(ประภัสสร ศรีภักดี, 2548. หน้า 13-14) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อหาความสนุก และนอกจากนี้ ยังเป็นการเดินทางเพื่อการทำธุรกิจ การประชุม สัมมนา หาความรู้ การศึกษา และเพื่อการกีฬา ตลอดจน เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องด้วย

### **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยกิจกรรมของธุรกิจหลายประเภท ทั้งในด้านของลงทุน และแรงงานในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในการผลิตสินค้า และการ

บริการ เพื่อที่จะสามารถอำนวยความสะดวกสบาย และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งทางร่างกาย และจิตใจ ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้เสนอหลักแนวคิดไว้ดังนี้

(นิคม จารุมณี, 2544. หน้า 5-7) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทต่าง ๆ มารวมกัน ทั้งเป็นธุรกิจทางตรง และธุรกิจทางอ้อม ที่มีไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจขึ้น เป็นการสร้างงาน และรายได้ให้กับชุมชน และประเทศ

(สมบัติ กาญจนกิจ, 2544. หน้า 85) กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มกิจกรรมทางสังคมที่มีกระบวนการผลิต และสร้างผลผลิตทางสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสามารถให้ความสุขทางด้านจิตใจ และสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

(เบญจพร ทองไชย, 2548. หน้า 25) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นแหล่งที่มาของรายได้ และแหล่งเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ เป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้นำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพขึ้นเรื่อย ๆ

(ปณูชา อัญชลีบุญกุล, 2548. หน้า 5) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีองค์ประกอบทางหน่วยงานทางธุรกิจหลายประเภทรวมกัน ทั้งทางภาครัฐ และเอกชนที่เข้ามามีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การพัฒนา และการบริการ เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ในรูปแบบของการลงทุนดำเนินงานให้บริการท่องเที่ยว โดยลงทุนไม่สูงมาก แต่ให้ผลตอบแทนที่สูง

## **แนวคิดด้านธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และองค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ ( ขสมก.) เพื่อการท่องเที่ยว**

### **ธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**

ธุรกิจในอุตสาหกรรมธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นอย่างมาก และเป็นส่วนสนับสนุนให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากปัจจุบันการคมนาคมขนส่งมีความสะดวก สบายในการเดินทางเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศได้ให้ความนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย ดังนั้นจึงทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ได้เกิดขึ้นมาเพื่อที่จะมารองรับต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเพื่อที่จะสามารถให้บริการ และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มา

ใช้บริการ ซึ่งในปัจจุบันได้มีนักวิชาการให้ความหมาย และจำแนกธุรกิจที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไว้ดังนี้

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529. หน้า 3) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในการสนับสนุนการกระจายรายได้ สร้าง อาชีพให้กับประชาชน นอกจากนี้แล้วยังเป็นส่วนสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจ สังคมของประเทศ ไทยให้เจริญเติบโต และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้จำแนกธุรกิจในอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. ธุรกิจที่เกิดขึ้นโดยตรง เป็นธุรกิจที่ขายบริการให้แก่นักท่องเที่ยวเอง ซึ่งได้แก่
  - ธุรกิจการขนส่ง
  - ธุรกิจนำเที่ยว
  - ธุรกิจที่พัก และอาหาร
  - ธุรกิจการค้าของที่ระลึก
2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ธุรกิจเหล่านี้เป็นธุรกิจที่จะก่อให้เกิดงาน และอาชีพใหม่ ๆ

ให้แก่ประชาชน เช่น

- การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร
- การผลิตสินค้าเกษตรกรรม เพื่อขายให้แก่ธุรกิจที่พักและอาหาร
- การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก

(พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2547. หน้า 125) กล่าวว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจหลักที่เกื้อหนุน และสร้างการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือเศรษฐกิจที่เกิดจากการผลิตในอุตสาหกรรม อื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ จึงได้ผลิตสินค้า และบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะ ให้บริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง (Transportation)
2. ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator and Travel Agency)
3. ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม (Food and Beverage)
4. ธุรกิจที่พักโรงแรม (Accommodation)
5. ธุรกิจจำหน่ายสินค้า และของที่ระลึก (Souvenir)
6. ธุรกิจนันทนาการ (Recreation)

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548. หน้า 35) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีการให้บริการทั้งภายใน และภายนอกประเทศ โดยได้รับค่าตอบแทนในการให้บริการนั้น ๆ ซึ่งมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

1. ธุรกิจนำเที่ยว
2. ธุรกิจโรงแรม
3. ธุรกิจร้านอาหาร สถานบริการ และสถานที่พักตากอากาศ
4. ธุรกิจขายสินค้า และของที่ระลึก
5. ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
6. ธุรกิจสำหรับการจัดนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน หรือกิจกรรมดำเนินการอื่น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว

### **การคมนาคมขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยว**

การขนส่งทางบกเป็นธุรกิจที่สำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งทางบกในการท่องเที่ยวจำนวนมากเกิดขึ้นในประเทศไทย ในปัจจุบันพาหนะในการขนส่งทางบกมีการพัฒนาขึ้นมาในลักษณะต่าง ๆ ในการใช้งาน และให้ความสะดวกสบายแก่ประชาชน เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถบัส และรถไฟ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และสามารถให้บริการได้อย่างดีที่สุด ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้แนวทางในการเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

(ราณี อธิชัยกุล, 2544. หน้า 213) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางและธุรกิจการคมนาคมขนส่งเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นในปัจจุบันจึงมีการพัฒนาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปแบบของเทคโนโลยีการคมนาคมขนส่ง เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการในการเดินทางได้อย่างกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น

(พรสวรรค์ มโนพัฒนนะ, 2547. หน้า 126) กล่าวว่า ธุรกิจการคมนาคมขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะเคลื่อนย้ายผู้โดยสารจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวมีรูปแบบในการขนส่งที่หลากหลายเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะสามารถให้บริการ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึง



(สมยศ วัฒนากมลชัย, 2547. หน้า 31) กล่าวว่า การคมนาคมขนส่ง เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวจากจุดท่องเที่ยวหนึ่งไปยังจุดท่องเที่ยวหนึ่ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าพาหนะส่วนใหญ่ที่มีส่วนสำคัญที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางบกก็ได้แก่ รถยนต์ รถบัส และรถเช่า เป็นต้น

## ประเภทของธุรกิจการคมนาคมขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบ ระบบความสะดวกสบายในการคมนาคมขนส่งทางบกให้มีความทันสมัย รวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีนักวิชาการได้จำแนกประเภทของธุรกิจคมนาคมขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

(พรสวรรค์ มโนพัฒนนะ, 2547. หน้า 126) ได้จำแนกประเภทของธุรกิจคมนาคมขนส่งทางบกเพื่อการท่องเที่ยวตามลักษณะของพาหนะ หรือวิธีการเดินทางไว้ดังนี้

1. ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารไม่ประจำทาง หรือรถทัวร์ (Coach) การเดินทางโดยรถโดยสารไม่ประจำทาง หรือรถทัวร์ เป็นการโดยสารที่ได้รับความนิยม และมีการเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัททัวร์ หรือบริษัทนำเที่ยวนิยมใช้บริการในการใช้ เป็นพาหนะนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมบริการรถทัวร์ได้มีการพัฒนาให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น ทั้งในด้านรูปแบบการให้บริการ และตัวรถ เพื่อที่จะสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้รับความรวดเร็ว สะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีความปลอดภัยในการเดินทาง เช่น มีการขายวีดีโอ และเสิร์ฟอาหารว่างตลอดการเดินทาง เป็นต้น

2. ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารไม่ประจำทาง (Scheduled Bus) เป็นการบริการโดยสารจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งตามตารางเดินรถที่แน่นอน เป็นการบริการขนส่งทางบกที่ได้รับความนิยมในการใช้บริการจากประชาชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปเป็นอย่างมาก

3. ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ (Rail Transportation) เป็นการเดินทางที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการที่ต้องการความปลอดภัย และตรงต่อเวลา

4. ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล (Private Automobile) ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคลมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มากยิ่งขึ้น เพราะการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวทำให้นักท่องเที่ยวมีความเป็นอิสระในการเดินทางมากยิ่งขึ้น สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าพาหนะอื่น ๆ

5. ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถเช่า (Car Hire or Rental Car) เป็นการบริการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเช่ารถ และขับเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ด้วยตนเอง ปัจจุบันบริษัทรถเช่าต่าง ๆ จะมีสาขา เครือข่ายไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมากมาย เช่น นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเช่ารถเพื่อที่จะเดินทางไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง และสามารถคืนรถเช่าให้กับบริษัทที่มีสาขาอยู่ในจังหวัดนั้น ๆ ได้โดยไม่ต้องเสียเวลาขับรถเดินทางมาคืนที่เดิม

นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยเครื่องบิน เมื่อถึงสนามบินปลายทางก็สามารถเช่ารถขับเอง หรือมีคนขับส่วนตัว เพื่อเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ตามต้องการ

ธุรกิจรถเช่า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

- บริษัทรถเช่าระหว่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ เช่น บริษัทเฮิร์ตซ์ (Hertz) บริษัทเอวิส (Avis) และบริษัทบัคเจท (Budget) เป็นต้น
- บริษัทรถเช่าขนาดเล็ก เป็นบริษัทรถเช่าที่มีอยู่จำนวนมาก และมีการดำเนินงานที่เป็นอิสระ คิดค่าบริการถูกกว่าบริษัทรถเช่าระหว่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ แต่มีรถไว้คอยให้บริการน้อยกว่า

### **องค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เพื่อการท่องเที่ยว**

สำนักประชาสัมพันธ์องค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ ได้นำเสนอว่า องค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ ได้มีนโยบายส่งเสริม สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยทำการทดลองจัดตั้งโครงการ “ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก.” ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้รถโดยสาร - 2 ที่มีขนาดกว้างขวาง และสะดวกสบาย เป็นพาหนะในการเดินทาง เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย ถึงปานกลางที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครได้ท่องเที่ยวอย่างประหยัดค่าใช้จ่าย และเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ “คมนาคมเพื่อประชาชน” นอกจากนี้แล้วยังเป็นการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมให้วันอาทิตย์ เป็นวันครอบครัว และสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ด้วย

### **องค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)**

(องค์กรขนส่งมวลชน, ขสมก,ม.ป.ป. ไม่มีเลขหน้า) เป็นรัฐวิสาหกิจที่มีการให้บริการแก่ประชาชนในการดำเนินงานด้านขนส่งมวลชนผู้ที่มีรายได้น้อย และปานกลาง โดยจัดบริการรถโดยสารประจำทาง รับ-ส่ง ในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงอีก 5 จังหวัด อันได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายขององค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ไว้ดังนี้

(สิริรัตน์ ชาติไทย, 2544. หน้า 28-29) ; อ่างไฉ (องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ, 2538. หน้า 20-24) กล่าวว่า องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เป็นรัฐวิสาหกิจที่มีการให้บริการแก่ประชาชนในการดำเนินงานด้านขนส่งมวลชนผู้ที่มีรายได้น้อย และปานกลาง โดยจัดบริการรถโดยสารประจำทาง รับ-ส่ง ในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงอีก 5 จังหวัด อันได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม ซึ่งจะมีการจัดเก็บอัตราค่าโดยสารในราคาที่ต่ำ

(องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ, 2544. ไม่มีเลขหน้า) ได้นำเสนอว่า องค์การขนส่งมวลชนมีพันธกิจในการให้บริการขนส่งประชาชนให้มีความเพียงพอทั่วถึงและเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ มีการเชื่อมโยงกับระบบขนส่งอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในด้านราคา และไม่ให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่มีรายได้น้อยจนถึงปานกลาง ปัจจุบันได้มีการเพิ่มประเภทของการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถรองรับอัตราความต้องการในการใช้บริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้แล้ว การบริการขนส่งมวลชน ยังเป็นผู้ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากการจัดตั้งโครงการ “ครอบครัวสุขสันต์กับบริการท่องเที่ยว ขสมก.” ซึ่งโครงการนี้เป็นการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยในราคาประหยัดเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

(พระคัมภีร์, 2547. หน้า 45-47) กล่าวว่า องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เริ่มมีการปรับปรุงคุณภาพ มาตรฐานการให้บริการรถเมล์ให้สู่มาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 ซึ่งตัวรถจะต้องมีความสะอาดทั้งภายใน และภายนอก และพนักงานให้บริการจะต้องมีความสุภาพ มีความปลอดภัยในการให้บริการ และการปล่อยรถจะต้องมีเวลาที่แน่นอนโดยไม่ปล่อยให้ผู้โดยสารต้องรอนาน นอกจากนี้แล้วยังมีรถในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพียงพอ

### **ธุรกิจหลักที่สนับสนุนการท่องเที่ยวขององค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)**

ธุรกิจหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของ ขสมก. ภายใต้ชื่อโครงการ “ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก.” โดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่งทางบกในกรุงเทพมหานคร และธุรกิจนำเที่ยว

#### **ธุรกิจขนส่งทางบกในกรุงเทพมหานคร**

ธุรกิจขนส่งทางบกในกรุงเทพมหานคร เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการขนส่งนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย ตามต้องการ ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนส่ง ได้แก่

(สิริรัตน์ ชาติไทย, 2544. หน้า 28-31) กล่าวว่า ธุรกิจขนส่งทางบกในกรุงเทพมหานคร สามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

1. รถโดยสารประจำทาง โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และควบคุมการให้บริการ คือ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ทำหน้าที่บริการรถโดยสารประจำทาง รับ-ส่ง ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงในเขตปริมณฑล และจัดเก็บค่าโดยสารในอัตราที่ต่ำ

2. รถไมโครบัสแอร์ เป็นการร่วมลงทุนระหว่าง สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และบริษัท บางกอกมอเตอร์ อีคิวเมนต์ จำกัด ในการเดินรถโดยสารปรับอากาศขนาดเล็กบริการในเขตธุรกิจในเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะช่วยแบ่งภาระการจราจร และเพิ่มการบริการระบบขนส่งในกรุงเทพฯ

3. บริการรถแท็กซี่ ซึ่งเป็นรถยนต์โดยสารที่ให้บริการแก่ประชาชน โดยมีลักษณะการจดทะเบียนในการดำเนินกิจการได้ 2 ลักษณะ คือ

- จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
- จดทะเบียนเป็นส่วนบุคคล

4. การขนส่งทางรถไฟ โดยมีวัตถุประสงค์ในการขนส่งผู้โดยสาร และสินค้า

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548. หน้า134-137) กล่าวว่า สามารถแบ่งประเภทธุรกิจขนส่งทางบกในกรุงเทพมหานคร ได้ตามประเภทของรถได้ดังนี้

1. ธุรกิจการขนส่งด้วยรถยนต์ เป็นยานพาหนะที่ใช้ขนส่งนักท่องเที่ยวที่มีที่นั่งต่ำกว่า 7 ที่นั่ง และที่นั่งที่มากกว่า 7 ที่นั่งไว้ให้บริการ ซึ่งสามารถแบ่งรถยนต์โดยสารออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- รถยนต์โดยสารสาธารณะ เป็นรถยนต์ที่นำมารับจ้างขนส่งนักท่องเที่ยว ทั้งที่แบบประจำทาง และไม่ประจำทาง
- รถยนต์บริการ เป็นรถยนต์ที่ให้นักท่องเที่ยวเช่า เพื่อใช้ในกิจกรรมส่วนตัว แต่ไม่ใช่ให้เช่าเพื่อไปรับจ้างอีกต่อหนึ่ง
- รถยนต์โดยสารส่วนบุคคล เป็นรถยนต์ที่ใช้ขนส่งในกิจกรรมของตนเอง

2. ธุรกิจการขนส่งด้วยรถไฟ เป็นการให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวด้วยรถไฟจากแหล่งที่อยู่อาศัย ไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมีหลายระดับความสะดวกสบายในการใช้บริการตามระดับราคา ตั้งแต่มากไปหาราคาที่น้อย

## ธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจการให้บริการ อำนวยความสะดวกในการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร การทัศนอาจร และมัคคุเทศก์ แก่นักท่องเที่ยว โดยมีจุดมุ่งหมายในการจัดทำรายการ รายละเอียดต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว ซึ่งมีราคาค่าใช้จ่ายบริการที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวไว้ดังนี้

(พวงบุหงา ภูมิพานิช, 2539ก. หน้า 10-11); (พวงบุหงา ภูมิพานิช, 2539ข. หน้า 58-60) กล่าวว่า ธุรกิจการจ้ดนำเที่ยว เป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีผู้ประกอบกิจการนำเที่ยว ซึ่งให้บริการแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคล องค์กร หรือหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวสามารถจำแนกได้ออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. บริษัทนำเที่ยวที่บริการจ้ดนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ (Inbound Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยว และบริการให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดำเนินการโดยบริษัทนำเที่ยวในประเทศนั้น ๆ และได้ติดต่อประสานงานบริษัทสาขาที่ประจำในประเทศไทย หรือบริษัทนำเที่ยวของไทย ซึ่งบริษัทนำเที่ยวไทยจะมีหน้าที่เป็นตัวแทนการจัดการท่องเที่ยวให้กับบริษัทต่างประเทศ (Ground Operation or Land Management)

2. บริษัทนำเที่ยวที่จ้ดนำเที่ยวไปต่างประเทศ (Outbound Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวโดยนำนักท่องเที่ยวชาวไทย ออกไปเที่ยวยังต่างประเทศ ซึ่งบริษัทท่องเที่ยวไทยจะทำการติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ ที่เป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยว และบริการนำเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยวไทย และเป็นผู้รับผิดชอบบริการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวไทยขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในประเทศนั้น ๆ ด้วย

3. บริษัทที่จ้ดนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) เป็นการจ้ดนำนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่อาศัยพำนักอยู่ในประเทศไทย เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้ที่จัดการการท่องเที่ยวทั้งหมด ตั้งแต่การจัดรายการนำเที่ยว ติดต่อห้องพัก ภัตตาคาร ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ และผู้ติดตามทัวร์

(ราณี อิลิชัยกุล, 2545. หน้า 293-294) กล่าวว่า การจัดการธุรกิจนำเที่ยว เป็นการกำหนดขอบเขต ประเภทของการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม เพื่อสามารถให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด ซึ่งการจัดการธุรกิจนำเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. การจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic Tour) เป็นการเจ้ดนำนักท่องเที่ยวยาวไทย และชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทย เดินทางท่องเที่ยวยตามแหล่งท่องเที่ยวยต่าง ๆ ในประเทศไทย ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้ที่จัดการการท่องเที่ยวยทั้งหมด ตั้งแต่การจ้ดรายการนำเที่ยว ติดต่อยห้องพัก ภัตตาคาร ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ และผู้ติดตามทัวร์

2. การจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Inbound Tour) เป็นการเจ้ดนำเที่ยวให้กับชาวต่างประเทศไทยที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย โดยความร่วมมือของบริษัทยัวร์ประเทศไทย ๆ กับบริษัทยที่เป็นสาขาของประเทศไทยนั้น ๆ ในประเทศไทย หรือ บริษัทยนำเที่ยวไทย ซึ่งจะมีหน้าที่เป็นตัวแทนจัดการท่องเที่ยวยภาคพื้นดิน ให้กับบริษัทยนำเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งบริษัทยนำเที่ยวประเทศไทยนี้จะต้องรับผิดยขอความเรียบร้อยต่าง ๆ ทุกอยาย ตั้งแต่ การจ้ดรายการนำเที่ยว ติดต่อยห้องพัก ภัตตาคาร ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณภาพ สามารถพูดภาษาของนักท่องเที่ยวยหรือภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวยนั้น ๆ เป็นอยายดี และผู้ติดตามทัวร์ ตลอดจนการพาไปซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

3. การจัดการธุรกิจนำเที่ยวยนอกประเทศไทย (Outbound Tour) เป็นการเจ้ดนำนักท่องเที่ยวยไทย เดินทางไปท่องเที่ยวยต่างประเทศไทย โดยบริษัทยนำเที่ยวไทยจะติดต่อยร่วมมือกับบริษัทยท่องเที่ยวยต่างประเทศ เพื่อเป็นตัวแทนการนำเที่ยวยในประเทศไทยนั้น ๆ ให้กับประเทศไทย และเป็นผู้รับผิดยขอในการจ้ดโปรแกรมการท่องเที่ยวยให้กับนักท่องเที่ยวยชาวไทยในประเทศไทยนั้น ๆ

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548. หน้า 162-164) กล่าวว่าย ธุรกิจการท่องเที่ยวยเป็นการให้บริการในด้านการนำเที่ยว และมีมัคคุเทศก์คอยให้บริการช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก ตลอดจนให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวยต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวย ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวยสามารถจ้ดจำแนกได้ ออกเป็น 3 ประเภทได้แก

1. ธุรกิจนำเที่ยวยภายในประเทศไทย (Domestic Tour) เป็นธุรกิจที่จ้ดทำรายการนำเที่ยวยภายในประเทศไทย เพื่อขายบริการนำเที่ยวยให้กับนักท่องเที่ยวยในประเทศไทยนั้น ๆ

2. ธุรกิจนำนักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (Inbound Tour) เป็นธุรกิจที่จ้ดรายการนำเที่ยวยในประเทศไทย และส่งไปยังตัวแทนจ้ดหมายในต่างประเทศ เพื่อจ้ดหมายให้แก่ลูกค้า

3. ธุรกิจนำนักท่องเที่ยวยชาวไทยไปเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour) เป็นธุรกิจที่จ้ดทำรายการนำเที่ยวยในต่างประเทศ เพื่อขายให้นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยการร่วมมือระหว่างธุรกิจนำเที่ยวยังต่างประเทศที่จ้ดทำรายการท่องเที่ยวยในประเทศไทยนั้น ๆ และส่งมายังตัวแทนจ้ดหมายในประเทศไทย

## แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

### ความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด เป็นกลยุทธ์ และหลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการการตลาด เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้นำเสนอแนวทาง และให้ความหมายเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดไว้ดังนี้

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543. หน้า15-16) กล่าวว่าการตลาด เป็นวิธีกระบวนการแนวคิดการวางแผน พัฒนาการบริหารในระบบกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น เช่น การส่วนประสมทางการตลาด การสร้างคุณค่าในผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อสามารถตอบสนองตลาดเป้าหมาย และสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ ซึ่งการทำการตลาดมีส่วนสำคัญในการนำไปใช้ในระบบการบริหารงานในกระบวนการตลาดดังนี้

1. กิจกรรมทางธุรกิจที่มุ่งความสำคัญไปยังลูกค้า เพื่อกำหนดและวิเคราะห์ถึงความต้องการตลาด
2. พัฒนาโปรแกรมการตลาด ประกอบด้วย การวางแผนผลิตภัณฑ์และบริการ วางแผนทางด้านราคา การจัดจำหน่าย และโปรแกรมส่งเสริมการตลาด
3. ใช้กับตลาดเป้าหมาย
4. มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ

(ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ, 2546. หน้า 10) ได้กล่าวว่า การตลาดเป็นวิธีการพื้นฐานที่ใช้ในการสร้างความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้น ได้แก่การใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือตลาดเป้าหมายอย่างถูกต้อง ซึ่งประกอบด้วย การตัดสินใจ การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการกำหนดค่าใช้จ่ายทางการตลาด เป็นต้น

### ส่วนประสมทางการตลาด (4' Ps)

ส่วนผสมทางการตลาด เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานทางการตลาด ซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนด หรือวางแผนในการดำเนินงาน เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543. หน้า 17-19) ให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดไว้ว่า เป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อใช้ควบคุมการดำเนินธุรกิจ และสนองตอบความต้องการตลาดเป้าหมาย โดยทั่วไปแล้วส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

1. ผลิตรภัณฑ์ หมายถึง ผลิตรภัณฑ์ สินค้า และบริการ ทั้งในรูปแบบมีตัวตน และไม่มีตัวตน ที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของผลิตรภัณฑ์ในด้านของ ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่าง ลักษณะ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และลักษณะต่าง ๆ ของผลิตรภัณฑ์ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ตลอดจนความสามารถในการสนองต่อสังคมได้

2. ราคาหมายถึง มูลค่าของผลิตรภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนของบางสิ่ง

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทาง หรือกิจกรรมที่ใช้เคลื่อนย้ายผลิตรภัณฑ์ สินค้า หรือการบริการ จากองค์กรไปยังตลาด ซึ่งบางครั้งต้องอาศัยสถาบันทางการตลาด กิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ช่วยในการกระจายสินค้า เช่น การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายประกอบด้วยปัจจัย 2 ส่วนต่อไปนี้

3.1 **ช่องทางการจัดจำหน่าย** เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตรภัณฑ์ สินค้า การบริการ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นสามารถทำได้ทั้งแบบทางตรง และทางอ้อมได้ดังนี้

- ช่องทางจัดจำหน่ายทางตรง เป็นการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยตรง

- ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม เป็นการกระจายสินค้า เป็นการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยผ่านคนกลาง

3.2 **การกระจาย** หรือสนับสนุนตัวสินค้า และบริการออกสู่ตลาด เป็นการวางแผน การปฏิบัติงานตามแผน ควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อหวังกำไร ปัจจัยที่มีความสำคัญในการกระจายสินค้า ได้แก่ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ ทัศนคติที่ดี แจ่มข่าวสาร และจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการในการผลิตรภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยเครื่องมือที่สำคัญดังนี้

- การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร และผลิตรภัณฑ์ สินค้า การบริการ โดยใช้เงินลงทุนในการทำสื่อโฆษณา เช่น การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เป็นต้น



- การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการใช้บุคคลในการจูงใจให้ซื้อสินค้า หรือบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายในการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
  - การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการขายของพนักงานขาย ซึ่งช่วยในการโฆษณา การให้ข่าวสาร และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และซื้อสินค้า หรือบริการ
  - การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีรายละเอียดดังนี้
    - การให้ข่าว เป็นการใช้จ่ายเงินลงทุน และให้ข่าวแก่สื่อมวลชน เพื่อจูงใจให้เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือนโยบายต่าง ๆ
    - การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร บุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค และสังคม เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ การประชุม การสัมมนา การให้ความสนับสนุนกีฬา การบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัย การอนุรักษ์วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- (สุดาตวง เรืองสุริยะ, 2543. หน้า 29-32) ให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดไว้ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการวางกลยุทธ์อันดับแรก เพื่อที่จะแสดงให้เห็นทราบว่าการธุรกิจไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีตัวตน หรือไม่มีตัวตน ว่ามีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าหรือไม่ ซึ่งในการวางกลยุทธ์นั้นผู้บริหารจะต้องคำนึงถึง ตัวสินค้า ความพึงพอใจ และผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้แล้วยังต้องทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือการบริการให้สามารถสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

2. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการวางกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการบริการให้ไปถึงแก่กลุ่มลูกค้า ซึ่งการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

2.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการบริการ เป็นการศึกษาค้นคว้าและพิจารณาถึงวิธีการวางกลยุทธ์ในการจัดช่องทางขายสินค้า และบริการให้กับกลุ่มลูกค้าโดยตรง หรือเป็นการขายสินค้า และบริการให้กับกลุ่มสถาบันคนกลาง เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนคนกลาง

2.2 การแจกจ่ายตัวสินค้า เป็นการพิจารณาถึงการเลือกใช้วิธีการขนส่งที่เหมาะสมในการกระจายสินค้า การเลือกใช้สื่อการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก ทางรถไฟ หรือทางเรือ โดยต้องคำนึงถึงขั้นตอนการขนส่งที่จะต้องจัดเก็บรักษาสินค้า และเสียค่าใช้จ่ายให้น้อยที่สุด เพื่อสามารถจำหน่ายสินค้าให้ถึงผู้บริโภคให้ได้ทันเวลาตามต้องการ

3. กลยุทธ์ด้านราคา เป็นการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่จะนำไปเสนอขายแก่ผู้บริโภค ซึ่งการกำหนดราคานี้จะต้องคำนึงถึงว่าต้องการหากำไร หรือเพื่อที่จะขยายส่วนถือครองตลาด นอกจากนี้การกำหนดราคานี้จะต้องสามารถให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเตือนความจำกับผู้บริโภค ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่สำคัญอยู่ 4 ชนิดด้วยกันได้แก่

- การขายโดยพนักงาน เป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย ทำการนำเสนอสินค้าแก่ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งเป็นการนำเสนอขายสินค้าที่ใช้ค่าใช้จ่ายสูง

- การโฆษณา เป็นการใช้สื่อโฆษณาในประเภทต่าง ๆ ในการนำเสนอขายสินค้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา หรือทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการสามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ได้ และเหมาะสมสำหรับธุรกิจที่ต้องการกระจายสินค้าในตลาดที่กว้าง

- การกิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมที่ช่วยโฆษณา และช่วยพนักงานในการขายสินค้าและบริการ เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ต้องการในตัวสินค้าและบริการ เช่น การจัดการแสดงสินค้า การแจกสินค้าตัวอย่าง การสาธิตการให้บริการ การแจกคูปอง เป็นต้น

- การการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ให้กับธุรกิจ โดยจัดกิจกรรมเพื่อให้บริการแก่สังคม เช่น จัดกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ กิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากธรรมชาติ กิจกรรมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นต้น ซึ่งการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค และสังคมต่อไป

(ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ, 2546. หน้า 12) ได้กำหนดกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านตัวผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ เช่น สินค้าต่าง ๆ หรือผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น การบริการ ความคิด เป็นต้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ประโยชน์ ให้กับผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วย

2. กลยุทธ์ด้านราคา เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคา ซึ่งจะต้องคำนึงถึงการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้า การแข่งขัน ค่าใช้จ่ายและกำไร เพื่อให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในราคาของสินค้า และการบริการนั้น ๆ

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการกระจายสินค้า และการบริการไปยังลูกค้า และเป็นช่องทางที่กรรมสิทธิ์

ของตัวผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังผู้อื่น ซึ่งอาจจะต้องผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของคนกลางหรือไม่ก็ได้

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เป็นการส่งเสริมทางการตลาดด้านการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากผู้ผลิตไปยังกลุ่มลูกค้า ซึ่งรูปแบบการติดต่อสื่อสารอาจจะใช้พนักงานขาย หรือไม่ใช้พนักงานขายก็ได้ นอกจากนี้เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดยังนำ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์มาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกด้วย

### การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ตลาดท่องเที่ยว

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการจัดทำกิจกรรม และกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางการตลาด เพื่อส่งเสริม โฆษณา ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักทั่วไป มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงความสวยงาม จุดน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวนั้นจะต้องได้รับการร่วมมือจากทุก ๆ ฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป ในการที่จะพัฒนา และทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก และสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวให้มากที่สุด ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548. หน้า 94-96) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวไว้ดังนี้

#### 1. การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเป็นการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้ทำการวิเคราะห์ พิจารณาถึงทรัพยากรท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอขาย และบริการแก่นักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้แล้วยังได้นำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวมาใช้ในการสร้างความสนใจ จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้บริการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นที่จะสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างรายได้ และผลกำไรให้แก่ผู้ประกอบการ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้อย่างมหาศาล เพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้แล้วการดำเนินกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และทันสมัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลด้านที่พัก ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ข้อมูลด้านการเดินทาง เส้นทางคมนาคมต่าง ๆ ที่จะนำมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้จะต้องได้รับความ

ร่วมมือจากทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทุก ๆ ในการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

## 2. การวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยว

การวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวนั้น จะสามารถทำได้โดยการแบ่งประเภทของตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

- ตลาดนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นการเดินทางท่องเที่ยวใกล้ ๆ ภายในจังหวัด หรือท้องถิ่นที่อยู่ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ไม่สูงมาก เช่นผู้ที่อาศัยอยู่ที่จังหวัดพังงา เดินทางไปเที่ยวที่เกาะพีพี
- ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจากภูมิลำเนาของตน ไปยังจังหวัดอื่น เช่น ผู้ที่อาศัยอยู่จังหวัดเชียงใหม่ เดินทางไปเที่ยวที่ภูเก็ต
- ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิภาคของตนเองไปยังประเทศอื่น เช่น ผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

## แนวคิดด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวนั้น จะสามารถนำมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน เพื่อที่จะทำให้ผู้ให้บริการสามารถทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าว่ามีความชอบแบบใดในการที่จะเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้บรรลุตามเป้าหมาย และสามารถสร้างความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุด

## ความหมายของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้นำเสนอความหมายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

(ณัฐชามณูษ์ สุวิทย์พันธ์, 2545. หน้า 71) อ้างในประภาเพ็ญ สุวรรณ. กล่าวว่า พฤติกรรม เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้กระทำขึ้นทุก ๆ ประเภท ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น หรือมองไม่เห็นก็ตาม เช่นการทำงานของอวัยวะภายในร่างกาย การเดิน การพูด ความคิด ความรู้สึก ความชอบ เป็นต้น

(วาสนา อ่องเอี่ยม, 2546. หน้า 43) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นลักษณะ พฤติกรรมในการตัดสินใจ และเลือกรูปแบบที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวจะมี อยู่หลาย ๆ ลักษณะที่แตกต่างกันไป และนักท่องเที่ยวจะทำการพิจารณาเลือกรูปแบบการ ท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะ พฤติกรรมของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการ ท่องเที่ยว

(สุกัญญา เจริญศรี, 2549. หน้า 33) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันไป ของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการ ท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบ ของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

### **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว**

กระบวนการในการพิจารณา และตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่นั้น มีปัจจัยที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าว และ เสนอแนวคิดต่าง ๆ ไว้ดังต่อไปนี้

(จิราพร กองทอง, 2540. หน้า 10) อ้างใน (Robinson, 1976. pp. 29-44) กล่าวถึงปัจจัย ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้แก่

1. ลักษณะภูมิประเทศ ทัศนียภาพ ทรัพยากร ธรรมชาติ ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
2. ลักษณะภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว ก็จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะไปท่องเที่ยว
3. ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โดยแหล่งวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง ก็จะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้
4. ความสะดวกทางคมนาคม และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย
5. การจัดการบริการ ความสะดวกของที่พัก กิจกรรมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548.) ได้สรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวออกเป็น 9 ขั้นตอนดังนี้

1. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนหลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

3. สิ่งจูงใจในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัยดังนี้

- Push Factor เป็นปัจจัยในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

- Pull Factor เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยว และเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

6. การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว

7. การเดินทางท่องเที่ยว และการประเมินผลในระหว่างการท่องเที่ยว

8. ประสบการณ์หลังการท่องเที่ยว และการประเมินผลในด้านความพึงพอใจ

9. ทักษะคิดหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว นั้น ๆ

(สุกัญญา เจริญศรี, 2549. หน้า 34-36) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม

นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีสาเหตุดังต่อไปนี้

1. ความเครียดจากการทำงาน นักท่องเที่ยวจึงเกิดความต้องการพักผ่อน เพื่อให้สามารถที่จะกลับมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

2. รายได้ของประชากรดีขึ้น จึงทำให้ประชากรมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการพักผ่อน และหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเอง

3. ความสะดวกสบายทางด้านคมนาคม ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางเข้าไปใช้บริการ

4. การมีเวลาว่าง จึงทำให้ประชาชนมีเวลาว่างที่จะสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น

5. จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จึงทำให้สภาพแวดล้อมเกิดความแออัด ดังนั้นจึงส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางไป ท่องเที่ยว พักผ่อน ในสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะจากเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางชนบท หรือจากต่างจังหวัดเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น

## ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เป็นส่วนที่แสดงถึงลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ก็จะส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันด้วย ในปัจจุบันได้มีนักวิชาการให้แนวคิดต่าง ๆ ไว้ดังนี้

(เดิมศักดิ์ สุวรรณประกาศ, 2541. หน้า 135-141) กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

องค์ประกอบด้านอายุ เป็นองค์ประกอบทางด้านพื้นฐานของนักท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ

องค์ประกอบด้านเพศ เป็นคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด มีความสำคัญที่มีผลกระทบต่อบทบาท และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละสังคมแต่ละเพศ ก็也将มีความแตกต่างกันไป

องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำ เพื่อประกอบเลี้ยงชีพของตน และครอบครัว ซึ่งอาชีพจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการว่างงาน ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวในแต่ละบุคคล

องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ สามารถใช้เป็นตัวชี้วัด และเปรียบเทียบ สภาวะ ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน

องค์ประกอบด้านเขตที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคม จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพ พฤติกรรม ทัศนคติ ความชื่นชอบในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

(ณัฐชามณู สุวิทย์พันธ์, 2545. หน้า 74-75) กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลในการใช้วิเคราะห์ ซึ่งอายุที่มีความแตกต่างกันนั้น ก็จะส่งผลให้การตัดสินใจต่างกันอย่าง

องค์ประกอบด้านเพศ คือ ความแตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ก็จะมีบทบาทต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นก็ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม และสังคมของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดบทบาทด้วย

องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นตัวชี้วัดความแตกต่างทางด้านสถานะภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของนักท่งเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่งเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้น ย่อมพฤติกรรม ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ ในการท่งเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของนักท่งเที่ยว และเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความแตกต่างที่เกี่ยวกับแนวคิด พฤติกรรม รูปแบบ ความชื่นชอบในการท่งเที่ยวของแต่ละบุคคลด้วย

(วาสนา อ่องเอี่ยม, 2546. หน้า 65-66) กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่งเที่ยวไว้ดังนี้

องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณ และลักษณะของความต้องการในการท่งเที่ยว เช่น ผู้ที่มีอายุเกิน 55 ปี ซึ่งอยู่ในวัยที่เกษียณนั้น จะมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่งเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เนื่องจาก ไม่มีพันธะที่ต้องเลี้ยงดูบุตร มีเงินเก็บบำนาญ บำนาญ มีเวลาว่างที่แน่นอน และมีความต้องการพักผ่อนในวันปลายชีวิต

องค์ประกอบด้านเพศ เป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยม และพฤติกรรม ในการเลือกซื้อการท่งเที่ยว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของแต่ละลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น นักท่งเที่ยวเพศหญิงจะมีพฤติกรรมที่ชอบการท่งเที่ยวแบบปลอดภัยมากกว่า นักท่งเที่ยวเพศชาย ที่มีความชอบการท่งเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่า

องค์ประกอบด้านเขตที่อยู่อาศัย นักท่งเที่ยวที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสังคมที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นนั้น เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ รสนิยม และพฤติกรรมในการท่งเที่ยวที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคลด้วย

## **แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ**

### **ความหมายของความพึงพอใจ**

ความพึงพอใจ เป็นความคาดหวังของบุคคลในเรื่องที่คาดหวังไว้ กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากกระบวนการต่าง ๆ หรือ โครงการต่าง ๆ ที่มีผลต่อส่วนตัว หรือส่วนรวม ซึ่งถ้าหากผลลัพธ์ที่ได้เป็นความจริงตรงกันหรือมากกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าหากผลลัพธ์ที่ได้นั้นเป็นความจริงที่มีค่าน้อยกว่าความคาดหวังแล้ว ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ในที่สุด ในปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้



(สุพล ธนุรักษ์, 2540. หน้า 27) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ความคิดเห็นในลักษณะเชิงบวกของบุคคลที่จะเกิดความพึงพอใจ เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการ หรือได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้

(กนกพร รัตนสุธีระกุล, 2541. หน้า 23) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของบุคคลที่เกิดขึ้นนั้น มักจะเป็นความรู้สึกเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความต้องการได้รับการจัดสรรให้ถูกต้องตามความเหมาะสม และไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้วย ตัวอย่างของสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ สิ่งเร้าที่มากกระตุ้น เป็นต้น

(กาญจนา สุภรพันธ์, 2543. หน้า 34) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองจากความคาดหวังที่ตั้งไว้ หรือมากกว่า ของกิจกรรมอย่างใด อย่างหนึ่งนั่นเอง

(สุรสิทธิ์ เวชสิทธิ์, 2544. หน้า 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความคาดหวังที่บุคคลต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางบวกมากกว่าทางลบ หากความคาดหวังนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการ และทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงบวกแล้วก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้น

(คณิศจิตน์ คำมณี, 2546. หน้า 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ความคิดเห็นของบุคคลในเชิงบวก ซึ่งจะเกิดความพึงพอใจขึ้นก็ต่อเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนอง หรือเป็นตามที่คาดหวังไว้

(รัตนา จันทโย, 2546. หน้า 14) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในลักษณะเชิงบวกหลังจากที่ได้รับประสบการณ์นั้น ๆ และได้รับการตอบสนองตามความต้องการ เช่น ความพอใจ ชื่นชอบ สนับสนุน หรือเจตคติที่ดีของบุคคล เป็นต้น และถ้าหากไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการแล้วนั้น ความพึงพอใจก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546. หน้า 100) กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติที่ดีที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และปฏิกิริยาที่ตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล

## **ประเภทของความพึงพอใจและคุณภาพบริการ**

ประเภทของความพึงพอใจสามารถจำแนก โดยใช้หลักการแบ่งประเภทตามความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการ ได้ดังนี้

ความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการ เป็นความพึงพอใจที่พนักงานให้บริการแก่ลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้ามาเลือกใช้บริการ ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

(นิคม สะอาดเยี่ยม, 2539. หน้า 20) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ เป็นทัศนคติ ความรู้สึกในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสามารถบรรลุจุดหมายได้ในระดับใดระดับหนึ่ง หากจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองแล้ว ระดับความพึงพอใจก็จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นเลย

(ชนะ กล้าชิงชัย, 2541 หน้า 7) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ เป็นทัศนคติ ความรู้สึก อารมณ์ และทัศนคติของบุคคล ซึ่งมีผลมาจากส่วนประกอบสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งเร้าเข้ามากระตุ้น จูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา

(ศรัทธา วุฒิพงศ์, 2542 หน้า 12) สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานด้านบริการประสบความสำเร็จ โดยผู้บริหารควรจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องความพึงพอใจแก่พนักงานในองค์กร เพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาใช้บริการ และเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นความพึงพอใจที่ผู้ให้บริการได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังที่จะได้รับการเข้าไปใช้บริการ สามารถจำแนกแนวคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการได้ดังนี้

(มณีวรรณ ต้นไทย, 2538 หน้า 23) ได้แบ่งระดับความสำคัญของความพึงพอใจของบุคคลในการได้รับการบริการต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกสบายที่ได้รับ
2. ด้านตัวพนักงานที่ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเข้าไปใช้บริการ

(สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. 2539 หน้า 37) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของผู้เข้ามาใช้บริการว่าเป็นระดับผลที่ได้รับว่าส่งผลดี สร้างความพอใจ หรือสอดคล้องกับความต้องการที่มีอยู่หรือไม่

(จิตตินันท์ เดชะคุปต์} 2543 หน้า 21) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อที่จะสามารถนำเสนอการบริการที่เหมาะสม ตอบสนองต่อความคาดหวัง และความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการ นอกจากนี้แล้วยังเพื่อการแข่งขันแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจบริการอีกด้วย

## การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว นั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำเนินงาน เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะมาใช้บริการ มีนักวิชาการได้นำเสนอทฤษฎีไว้ดังนี้

(กฤษสิทธิ์ รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และ สาวิกา อุดหนุนท์, 2547. หน้า 104) ได้นำเสนอวิธีการเพิ่มคุณค่าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1. การเพิ่มคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้ามากขึ้น หมายถึง คุณประโยชน์ทั้งในด้านการใช้บริการ คุณประโยชน์เชิงอารมณ์ ความมั่นใจ หรือบุคลิกภาพที่สะท้อนมาจากการให้บริการนั้น ๆ
2. การลดต้นทุนให้ผู้มาใช้บริการ ซึ่งหมายถึง การจ่ายเงินในราคาที่ลดลงของการมาใช้บริการนั่นเอง และที่สำคัญการลดต้นทุนดังกล่าวนี้ต้องไม่ทำให้คุณภาพ หรือคุณประโยชน์ของการบริการลดลง

## การรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การรักษาระดับความพึงพอใจให้อยู่คู่กับองค์กรต่อไปนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินกิจการ เพื่อที่จะสามารถสร้างความสำเร็จ และสามารถบริหารจัดการให้องค์กรดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีนักวิชาการได้ให้ความหมาย และแนวทางไว้ดังนี้

(กฤษสิทธิ์ รื่นรมย์ และคณะ, 2547. หน้า109-110) ได้นำเสนอไว้ว่า การบริการนักท่องเที่ยวและสร้างสัมพันธภาพกับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความพึงพอใจ จำแนกได้เป็น 3 ประการ ดังนี้

- ต้นทุนในการแสวงหา และเข้าถึงลูกค้าใหม่ จะเห็นได้ว่าเป็นการลงทุนที่สูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่ามาก สามารถคำนวณ และประมาณการณได้ 5 เท่าโดยเฉลี่ยของต้นทุนในการรักษาลูกค้าเก่า
- กิจการมีโอกาสสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเก่า สามารถทำได้จากการรูปแบบของสินค้าการบริการเดิมและสินค้าการบริการแบบใหม่ นอกจากนี้แล้วผู้มาใช้บริการคนเก่ายังมีพฤติกรรมในการบอกข่าวสาร และแนะนำผู้ที่สนใจที่จะมาใช้บริการคนใหม่ให้แก่องค์กรด้วย
- ลูกค้าเก่าทุกรายมีมูลค่าตลอดชีพ (Customer Life Time Value) เป็นการที่ผู้มาใช้บริการนั้น ๆ มีการใช้บริการอย่างต่อเนื่องไปตลอดอายุขัยแล้วนั้น จะเป็นการสร้างมูลค่าจำนวน

เงินแกกิจการที่ไม่ได้หมายถึงรายได้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเท่านั้น แต่เป็นรายได้ที่จะสามารถคำนวณได้จากผู้ให้บริการนั้น ๆ ตลอดจนอายุขัยด้วย

นอกจากนี้แล้วยังมีกลยุทธ์การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าที่สามารถเป็นแนวทางสำหรับการบริหารงาน และดำเนินธุรกิจการให้บริการอันได้แก่

## คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นการประเมินของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพ หรือความเหนือกว่าในการบริการ ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายดังนี้

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541. หน้า 340) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง เสนอคุณภาพการบริการตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ในการพิจารณาถึงความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการ

1. พิจารณาถึงบริการที่สม่ำเสมอ โดยพิจารณาจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยหลัก 2 ประการได้แก่

- การให้บริการพื้นฐาน ซึ่งได้แก่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการบริการ
- การให้บริการเสริม เป็นบริการที่เพิ่มเติมจากการบริการพื้นฐาน

2. การส่งมอบบริการ เป็นการส่งมอบคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถตอบสนองความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวมี และสร้างความประทับใจ เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

3. ภาพลักษณ์ เป็นการสร้างความจดจำขึ้นในใจนักท่องเที่ยว โดยอาศัย ตราสินค้า การโฆษณา และประชาสัมพันธ์

4. ลักษณะด้านนวัตกรรม เป็นการเสนอแนวความคิดการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง (วาสนา จตุพร, 2547. หน้า 29) อ้างใน (Oliver, 1994. unpagged) กล่าวว่าคุณภาพของการให้บริการ เป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำการประเมินว่าการบริการนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้หรือไม่ และผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ซึ่งพิจารณาจาก

- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- คุณภาพบริการ
- คุณค่าในตัวนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ

(Christopher H; Paul G. Petterson; Rhett H. Walker, 1998. unpagged) กล่าวว่า การบริการที่มีคุณภาพ จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความจงรักภักดีแก่องค์กร สามารถเพิ่มยอดขายได้ มีพฤติกรรมบอกเล่าปากต่อปากไปยังนักท่องเที่ยวอื่น ๆ สามารถทำให้เกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ขึ้น และยังสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานได้อีกด้วย

## ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพ และความพึงพอใจในการบริการของนักท่องเที่ยว

คุณภาพของการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างระหว่างธุรกิจเดียวกัน นักท่องเที่ยวจะพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการได้โดยจากประสบการณ์ที่เคยได้รับการได้ยินคำบอกเล่าต่อ ๆ กันมา และความคาดหวังที่จะได้รับจากการใช้บริการ ซึ่งปัจจุบันได้มีนักวิชาได้ให้หลักแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการไว้ดังนี้

(วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2543. ไม่มีเลขหน้า) กล่าวถึงความสำคัญของ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่

1. มีความเชื่อถือได้ในการบริการ คือสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง และซื่อสัตย์
2. มีการเก็บรักษาข้อมูลของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง
3. มีการให้บริการตรงตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้
4. มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องยินดี และความพร้อมที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว
5. ความสามารถของผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะ และความรู้ในการบริการ รวมทั้งความรู้ และทักษะของพนักงานที่คอยสนับสนุนในการติดต่อกับผู้รับบริการ
6. ความสามารถขององค์กรโดยรวม ซึ่งองค์กรจะต้องมีความสะดวกในการมาติดต่อ รวมทั้งผู้รับบริการสามารถที่จะติดต่อขอรับบริการได้ทางโทรศัพท์ โดยไม่ต้องเสียเวลาคอยนาน
7. มีกำหนดระยะเวลาในการให้บริการอย่างเหมาะสม
8. สถานที่ให้บริการ จะต้องตั้งอยู่ในสถานที่ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก
9. พนักงานจะต้องมีความสุขภาพ รวมทั้งให้ความเคารพนับถือ ซึ่งแสดงถึงความเป็นมิตรต่อผู้รับบริการตลอดจนรักษาสมบัติของผู้รับบริการ
10. มีการแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย

11. มีความสามารถในการสื่อสารใช้ภาษาได้อย่างสุภาพ ให้ผู้รับบริการเข้าใจได้ โดยง่าย รวมไปถึงการให้คำแนะนำ บอกอัตราค่าบริการได้อย่างชัดเจน และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้ผู้รับบริการได้อย่างดี

12. ความเชื่อถือ และไว้วางใจได้ของพนักงาน หมายถึง พนักงานต้องซื้อสัตย์ สามารถไว้วางใจได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อชื่อเสียงของหน่วยงานที่ให้บริการ

13. มีความปลอดภัยให้กับผู้รับบริการ

14. มีความรู้ความเข้าใจในผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการหรือลูกค้า ให้ความสนใจในลูกค้าแต่ละคน และรู้จักลูกค้าประจำ

15. เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ หมายถึง สิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่แสดงเป็นรูปร่างได้ เช่น การมีรายการนำเที่ยวในการให้บริการ

(ภาสกร จันทมงคลเลิศ, 2546 หน้า 52) กล่าวถึง ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่

1. ความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ

2. มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

3. มีความเต็มใจในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เอาใจใส่ สุภาพ อธิษาศัยดี

4. มีหน่วยงานที่สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ารับบริการได้อย่างเหมาะสม

5. มีความพร้อมในสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ บุคคลและสิ่งที่ใช้ในการ

ติดต่อสื่อสาร

(A.Parasuraman, 2002. unpagged) กล่าวถึง ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่

1. มีความเชื่อถือได้ของการบริการ เป็นความสามารถที่ปฏิบัติตามคำสัญญาทางด้านบริการและมีความถูกต้อง

2. มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า มีความพร้อมสามารที่จะช่วยเหลือ ให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ

3. มีความสุภาพ เรียบร้อย

4. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ซึ่งพนักงานจะต้องมีความเชื่อมั่นในตัวลูกค้า

5. พนักงานจะต้องมีอัธยาศัยไมตรีตลอดเวลา

6. พนักงานต้องมีความพร้อมในการตอบคำถามของลูกค้า

7. มีความเข้าใจใส่ใจให้ความสนใจลูกค้าแต่ละคน มีเข้าใจในความต้องการของลูกค้า
8. มีความพร้อมสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ได้แก่ อุปกรณ์ วัสดุต่าง ๆ ตลอดจนบุคลากร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร เช่น เครื่องมือที่ทันสมัย เครื่องอำนวยความสะดวก สะดวกน่าต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ
9. พนักงานมีความเป็นระเบียบ และมีความสามารถในการเข้าถึงตัวลูกค้าได้

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(เบญจพร ทองไชย, 2548.) ได้ศึกษาวิจัย พฤติกรรม และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง เนื่องจากมีพฤติกรรมในการบอกต่อบุคคลอื่นๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี และกิจกรรมต่างๆอยู่ในระดับพอใจมาก

(ประภัสสร ศรีภักดี, 2548.) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีการพิจารณาทั้งด้าน บุคลากร ด้านกิจกรรม ด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมีความพึงพอใจมาก นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมที่แตกต่างกัน แต่สำหรับด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกพบว่ามีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษา วิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรม พบว่ามีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการ สถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการให้บริการ ของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านบุคลากรและด้านการจัดกิจกรรมไม่แตกต่างกัน

(ปณูชา อัญชลินกุล, 2548.) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีการพัฒนาจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) มาเป็นองค์กร

รัฐวิสาหกิจ พบว่าองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ยังขาดอำนาจทางกฎหมาย และงบประมาณ ประกอบกับไม่ได้มีการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวไว้ในนโยบายระดับชาติ จึงทำให้ประสบปัญหาทางการดำเนินงาน ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุม บังคับธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ ตลอดจนขาดความร่วมมือกับหน่วยราชการ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง จึงนำไปสู่การปรับเปลี่ยนองค์กรเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี พ.ศ. 2522 มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังคงไม่มีอำนาจควบคุมหรือบังคับหน่วยงานทั้งภาครัฐราชการ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อีกทั้งภาครัฐบาลยังขาดความเป็นเอกภาพในการดำเนินงาน ทำให้นโยบายบางเรื่องไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริงได้ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการปรับปรุงหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2545 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวง เป็นผู้กำกับดูแล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคงสภาพเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่เฉพาะด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานการพัฒนา การควบคุม และการวางแผน

(วาสนา จตุพร, 2547.) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ไม่พอใจในการมาท่องเที่ยวในงานสัปดาห์ข้ามแม่น้ำแควครั้งนี้ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านของร้านอาหาร เจ้าหน้าที่ในบริเวณงาน ร้านจำหน่ายสินค้า ภาพลักษณ์ องค์ประกอบต่าง ๆ ของสถานที่ การแสดงแสงสีเสียง การละเล่น และมหรสพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จัดอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมาก ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุก ๆ ด้าน จึงส่งผลให้ภาพโดยรวมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันนั้น มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านภาพลักษณ์และองค์ประกอบสถานที่ที่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันนั้น มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านภาพลักษณ์และองค์ประกอบของสถานที่ ด้านมหรสพ ที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นจึงส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี



(ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์, 2545.) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันนั้น มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันนั้น มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

(สุกัญญา เจริญศรี. ม.ป.ป.) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน 6จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน หลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (TSUNAMI) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการรับรู้จริงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับที่ดีมาก ส่วนใหญ่มีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวม และระดับชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่ดี นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

(คะเนิงรัตน์ คำมณี, ม.ป.ป.) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการเกษตร สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน เป็นผู้มีความเต็มใจในการให้บริการ คอยช่วยเหลือสมาชิก ส่วนปัญหาที่สมาชิกพบมากที่สุดก็คือ ปัญหาความตรงต่อเวลาการนัดหมายของเจ้าหน้าที่

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยว ชสมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระ และศาลเจ้า 9 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชสมก. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ และศาลเจ้า 9 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร.

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การประมาณการกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบโควตา จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวของ ชสมก. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ และศาลเจ้า 9 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร.

#### สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

#### กำหนดให้

Z = ค่าจากตารางแจกแจงปกติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่ง Z = 1.96

P = ค่าอัตราส่วนประชากร = 0.5

Q = 1 - P

E = ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุด = 5% หรือ (0.05)

n = จำนวนตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} \\ &= 385.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณประชากรที่มีจำนวนที่ไม่แน่นอน ในระดับความเชื่อมั่น 95 % ก็จะทำให้ทราบถึงจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 385 คน

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ

**แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นการเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการบริการ สามารถแบ่งออกได้เป็นสองส่วนดังนี้

1. คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดทำหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชมรม. ในโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร.

2. คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามออกไปแจกยังนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวของ ชมรม. โปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถาม ด้วยวิธีแบ่งเป็นโควตาหลังจากทำการท่องเที่ยวเสร็จสิ้นลงแล้ว ในทุก ๆ วันเสาร์ – อาทิตย์ ที่มีการเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งการเก็บแบบสอบถามจะเก็บรวบรวม ณ บริเวณอุ้งบางเขน ที่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว และแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ มีจำนวนทั้งสิ้น 385 ฉบับ สามารถแบ่งโควตาในการเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละครั้งได้ดังต่อไปนี้.

- วันเสาร์ที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 คน
- วันอาทิตย์ที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 คน
- วันเสาร์ที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 คน
- วันอาทิตย์ที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 คน

**แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าที่มีไว้แล้ว ได้แก่การเก็บรวบรวมจาก วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานการวิจัย วารสาร อินเทอร์เน็ต ข้อมูลจากการท่องเที่ยวของ ชมรม. เอกสารที่เกี่ยวข้อง ห้องสมุดมหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และห้องสมุดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒน์ วิทยาเขตประสานมิตร เป็นต้น

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวของ ชสมก. แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1.** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ สอบถามในรายละเอียดของนักท่องเที่ยว ด้านเพศ อายุ ตำแหน่ง รายได้ ระยะเวลาการทำงาน

**ส่วนที่ 2.** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรตาม ได้แก่ ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ จะมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรฐาน Likert Scale โดยกำหนดระดับคะแนนไว้ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยสุด

**ส่วนที่ 3.** ข้อเสนอแนะ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยมีขั้นตอน เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน และคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

1. คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่กำหนดไว้ มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสและนำมามีข้อมูลที่ลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS

2.1 ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1. เป็นคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดของผู้เข้าชม โดยใช้ความถี่ และร้อยละในการวิเคราะห์

2.2 ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2. และส่วนที่ 3. เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ โดยกำหนดระดับคะแนน และระดับค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้

### ระดับคะแนน

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
4	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยสุด

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และกำหนดเกณฑ์แปลความหมายไว้

ดังนี้

### ระดับค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21 - 5.00	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยสุด

### สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$\frac{n-1}{n} = \frac{5-1}{5}$$
$$= 0.8$$

ดังนั้น ค่าเฉลี่ยความกว้างของระดับคะแนน เท่ากับ 0.8

3. ทำการวิเคราะห์โดยใช้รายละเอียดส่วนตัวของผู้เข้าอบรม เปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก.

กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร โดยนำข้อมูลที่ได้มาแจก

แจงด้วยสถิติ t - test, One way ANOVA

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่าง
2. ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Mean) ใช้ในการแปลความหมายร่วมกับค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ร่วมกับค่ามัชฌิมเลขคณิตในการกระจายข้อมูล
4. ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน
5. กำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จําจยต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีสึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล ผู้ศึกษาค้นคว้าได้เสนอตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับชั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

n แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$ แทน	ค่าเฉลี่ย (mean)
S.D. แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS แทน	ผลรวมกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
df แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
F แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F (F-distribution)
t แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t (t-distribution)
*แทน	มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

## ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภายในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นคณะผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีเพศ อายุ สถานภาพปัจจุบัน อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตาราง 2 แสดงจำนวนและ ร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	92	23.0
หญิง	308	77.0
โดยรวม	400	100.0



อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	36	9.0
21-25 ปี	54	13.5
26-30 ปี	86	21.5
31-35 ปี	67	16.75
36-40 ปี	39	9.75
41-45 ปี	46	11.5
46-50 ปี	47	11.7
51 ปี ขึ้นไป	25	6.2
โดยรวม	400	100.0
สถานะภาพปัจจุบัน		
โสด	269	67.2
สมรส	105	26.2
หม้าย / หย่าร้าง	26	6.6
โดยรวม	400	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ	53	13.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	18.0
นักเรียน / นักศึกษา	43	10.75
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	10.75
ธุรกิจส่วนตัว	51	12.7
อื่น ๆ	138	34.5
รวม	400	100.0

รายได้เฉลี่ย/เดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	17.0
5,000 – 9,999 บาท	102	25.5
10,000 – 29,999 บาท	162	40.50
30,000 – 49,999 บาท	41	10.25
50,000 บาท ขึ้นไป	27	6.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 308 คน (ร้อยละ 77.0) และ เพศชาย จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.0) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 86 คน (ร้อยละ 21.50) รองลงมา อายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 16.75) ส่วนใหญ่สถานภาพ โสด จำนวน 269 คน (ร้อยละ 67.2) รองลงมา สมรส จำนวน 105 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 34.5) รองลงมา อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 72 คน (ร้อยละ 18.0) รายได้เฉลี่ย/เดือน ส่วนใหญ่ 10,000 -29,999 บาท จำนวน 162 คน (ร้อยละ 40.50) รองลงมา 5,000-9,999 บาท จำนวน 102 คน (ร้อยละ 25.5)

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภายในกรุงเทพมหานคร**

ตาราง 3 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการให้บริการ	3.83	0.57	มาก
ด้านพนักงานให้บริการ	4.09	0.61	มาก
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.97	0.67	มาก
ด้านระยะเวลา	3.57	0.80	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.49	0.70	มาก
ด้านราคา	4.01	0.78	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจาก  
มากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านพนักงานให้บริการ ( $\bar{X} = 4.09$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.01$ ) ด้านสถานที่  
ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.97$ ) ด้านการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.83$ ) ด้านระยะเวลา ( $\bar{X} = 3.57$ ) และ สุดท้าย  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.49$ ) ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. ทัศนศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า ภายใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ	3.96	0.76	มาก
รายละเอียดของโปรแกรมการท่องเที่ยวมีความชัดเจนและดึงดูดใจในการใช้บริการ	3.56	0.88	มาก
ความเหมาะสมของจุดรับ-ส่งนักท่องเที่ยว	3.69	0.85	มาก
ความสะอาดของที่นั่ง	4.03	0.72	มาก
ความสะอาด และบรรยากาศของพาหนะ	4.12	0.66	มาก
สภาพของเครื่องยนต์ในการให้บริการ	4.10	0.69	มาก
ความปลอดภัยในการเดินทาง	4.16	0.69	มาก
การให้บริการด้านอาหาร ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมเพียงพอ	3.59	0.88	มาก
รสชาติอาหารอร่อย	3.28	0.97	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม	3.83	0.57	มาก

จากตาราง 4 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. ทัศนศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภายในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความปลอดภัยในการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.16$ ) ความสะอาด และบรรยากาศของพาหนะ ( $\bar{X} = 4.12$ ) สภาพของเครื่องยนต์ในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.10$ ) ความสะอาดของที่นั่ง ( $\bar{X} = 4.03$ ) ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.96$ ) ความเหมาะสมของจุดรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.69$ ) การให้บริการด้านอาหาร ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมเพียงพอ

( $\bar{X} = 3.59$ ) รายละเอียดของโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนและดึงดูดใจในการใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.56$ ) และ รสชาติอาหารอร่อย ( $\bar{X} = 3.28$ ) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงานให้บริการ

ด้านพนักงานให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเอง สุภาพ เรียบร้อย	4.17	0.74	มาก
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการนำเที่ยว	3.70	0.95	มาก
พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยและเหมาะสม	4.07	0.70	มาก
พนักงานมีมารยาทในการพูดจา เป็นกันเอง	4.25	0.69	มากที่สุด
พนักงานขับรถมีมารยาทในการขับรถ ระวังระวัง ไม่ ประมาท	4.28	0.65	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวม	4.09	0.61	มาก

จากตาราง 5 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมรม. กรณศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงานให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ ) เมื่อพิจารณา  
เป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พนักงานขับรถมีมารยาทในการ  
ขับรถ ระวังระวัง ไม่ประมาท ( $\bar{X} = 4.28$ ) พนักงานมีมารยาทในการพูดจา เป็นกันเอง  
( $\bar{X} = 4.25$ ) พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเอง สุภาพ เรียบร้อย ( $\bar{X} = 4.17$ ) พนักงานมีการ  
แต่งกายสุภาพเรียบร้อยและเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.07$ ) และ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการนำ  
เที่ยว ( $\bar{X} = 3.70$ ) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
 ครอบครัวยุทธศาสตร์กับบริการ ชมรม. ทัศนศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
 กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอกับความต้องการ	4.01	0.76	มาก
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.90	0.79	มาก
ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.00	0.73	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.97	0.67	มาก

จากตาราง 6 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ  
 โครงการครอบครัวยุทธศาสตร์กับบริการ ชมรม. ทัศนศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
 กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) เมื่อพิจารณาเป็น  
 รายข้อ สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ  
 กับความต้องการ ( $\bar{X} = 4.01$ ) ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.00$ ) ความ  
 หลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.90$ ) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
 ครอบครัวยุชสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
 กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลา

ด้านระยะเวลา	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ความเหมาะสมของระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละสถานที่	3.63	0.83	มาก
ความเหมาะสมของระยะเวลาส่วนตัวในการท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาส่วนตัวในการถ่ายรูป	3.51	0.89	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.57	0.80	มาก

จากตาราง 7 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ  
 โครงการครอบครัวยุชสันต์กับบริการ ชมรม. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
 กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ  
 สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความเหมาะสมของระยะเวลาในการ  
 ท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ ( $\bar{X} = 3.63$ ) และ ความเหมาะสมของระยะเวลาส่วนตัวในการท่องเที่ยว  
 เช่น ระยะเวลาส่วนตัวในการถ่ายรูป ( $\bar{X} = 3.51$ ) ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
ครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง  
ภายในกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ความสะดวกสำหรับช่องทางการติดต่อสั่งจองที่นั่งในการ เดินทาง	3.59	0.85	มาก
ความสะดวกในการจ่ายเงินสำหรับการจองที่นั่งในการ เดินทาง	3.68	0.83	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายตัว และจองที่ นั่งในการเดินทาง	3.50	0.83	มาก
ความหลากหลายของสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3.20	0.88	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม	3.49	0.70	มาก

จากตาราง 8 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ  
โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภายใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.49$ ) เมื่อ  
พิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ความสะดวกในการ  
จ่ายเงินสำหรับการจองที่นั่งในการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.68$ ) ความสะดวกสำหรับช่องทางการติดต่อสั่ง  
จองที่นั่งในการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.59$ ) ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายตัว และจองที่นั่ง  
ในการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.50$ ) และ ความหลากหลายของสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.20$ )  
ตามลำดับ



ตาราง 9 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการ  
 ครอบครัวยุคใหม่กับบริการ ชมรม. ทัศนศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
 กรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ราคาค่าตัวมีค้ำต่อโปรแกรมการเดินทาง	4.01	0.78	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	4.01	0.78	มาก

จากตาราง 9 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ  
 โครงการครอบครัวยุคใหม่กับบริการ ชมรม. ทัศนศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่งภาย  
 กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.01$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ  
 ราคาค่าตัวมีค้ำต่อโปรแกรมการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.01$ )

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีเพศ อายุ สถานะภาพปัจจุบัน อาชีพ และ รายได้เฉลี่ย/เดือน แตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีเพศแตกต่างกัน

เพศ	N	Mean	SD	F	Sig.	t	df	Sig (2-tailed)
ด้านการให้บริการ								
ชาย	92	3.83	.61	1.236	.267	.064	398	.949
หญิง	308	3.83	.55					
ด้านพนักงานให้บริการ								
ชาย	92	4.06	.65	1.111	.293	.432	398	.666
หญิง	308	4.09	.59					
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว								
ชาย	92	3.96	.73	2.997	.084	.070	398	.944
หญิง	308	3.97	.64					
ด้านระยะเวลา								
ชาย	92	3.48	.86	.707	.401	1.075	398	.283
หญิง	308	3.59	.77					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
ชาย	92	3.38	.70	.805	.370	1.681	398	.094
หญิง	308	3.52	.68					

เพศ	N	Mean	SD	F	Sig.	t	df	Sig (2-tailed)
ด้านราคา								
ชาย	92	3.90	.85	4.539	.034	1.478	398	.140
หญิง	308	4.03	.75					

โดยรวม								
ชาย	92	3.77	.60	4.330	.038	1.089	398	.277
หญิง	308	3.84	.50					

\*  $p < .05$

ตาราง 10 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและหญิงต่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยผลการทดสอบความแตกต่างของค่าความแปรปรวนของเพศโดยใช้ค่า F พบว่า ค่าความแปรปรวนของเพศในปัจจุบันทุก ๆ ด้าน ไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทดสอบสถิติค่าที (t) แบบค่าความแปรปรวนเท่ากัน (equal variances assumed) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านการให้บริการ					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	3.94	0.59		
21-25 ปี	54	3.89	0.45		
26-30 ปี	86	3.75	0.46		
31-35 ปี	67	3.77	0.57	1.534	.154
36-40 ปี	39	3.72	0.64		
41-45 ปี	46	3.91	0.64		
46-50 ปี	47	3.97	0.59		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.72	0.63		
รวม	400	3.83	0.56		

อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านพนักงานให้บริการ					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	4.27	0.54	2.097	.043*
21-25 ปี	54	4.15	0.52		
26-30 ปี	86	4.13	0.54		
31-35 ปี	67	3.99	0.57		
36-40 ปี	39	3.85	0.67		
41-45 ปี	46	4.09	0.72		
46-50 ปี	47	4.19	0.62		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.97	0.70		
รวม	400	4.09	0.60		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	4.29	0.64	2.869	.006*
21-25 ปี	54	4.06	0.57		
26-30 ปี	86	3.87	0.67		
31-35 ปี	67	3.89	0.59		
36-40 ปี	39	3.88	0.81		
41-45 ปี	46	4.07	0.62		
46-50 ปี	47	4.03	0.70		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.68	0.59		
รวม	400	3.97	0.66		
ด้านระยะเวลา					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	3.61	0.80	2.212	.033*
21-25 ปี	54	3.59	0.77		
26-30 ปี	86	3.45	0.75		
31-35 ปี	67	3.62	0.79		
36-40 ปี	39	3.29	0.89		
41-45 ปี	46	3.76	0.72		
46-50 ปี	47	3.78	0.79		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.34	0.82		
รวม	400	3.56	0.79		

อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	3.64	0.78	.951	.467
21-25 ปี	54	3.56	0.57		
26-30 ปี	86	3.49	0.67		
31-35 ปี	67	3.48	0.67		
36-40 ปี	39	3.30	0.75		
41-45 ปี	46	3.51	0.60		
46-50 ปี	47	3.53	0.79		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.34	0.76		
รวม	400	3.49	0.69		
ด้านราคา					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	4.25	0.80	2.667	.010*
21-25 ปี	54	4.03	0.72		
26-30 ปี	86	4.00	0.71		
31-35 ปี	67	3.89	0.80		
36-40 ปี	39	3.71	0.79		
41-45 ปี	46	4.26	0.74		
46-50 ปี	47	4.08	0.82		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.76	0.77		
รวม	400	4.00	0.78		
โดยรวม					
ต่ำกว่า 20 ปี	36	4.00	0.53	2.720	.009*
21-25 ปี	54	3.88	0.43		
26-30 ปี	86	3.78	0.45		
31-35 ปี	67	3.77	0.50		
36-40 ปี	39	3.62	0.63		
41-45 ปี	46	3.93	0.48		
46-50 ปี	47	3.93	0.60		
51 ปี ขึ้นไป	25	3.63	0.58		
รวม	400	3.82	0.52		

\* p < .05

ตาราง 11 แสดงเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีระดับอายุแตกต่างกัน โปรแกรมการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ ANOVA ในการทดสอบ พบว่า อายุ แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านพนักงานให้บริการ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา

และด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

สถานภาพปัจจุบัน	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านการให้บริการ					
โสด	269	3.82	0.55	2.114	.122
สมรส	105	3.79	0.60		
หม้าย / หย่าร้าง	26	4.04	0.56		
รวม	4000	3.83	0.56		
ด้านพนักงานให้บริการ					
โสด	269	4.10	0.57	1.038	.355
สมรส	105	4.02	0.64		
หม้าย / หย่าร้าง	26	4.19	0.73		
รวม	4000	4.09	0.60		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
โสด	269	3.96	0.67	3.771	.024*
สมรส	105	3.91	0.64		
หม้าย / หย่าร้าง	26	4.03	0.63		
รวม	4000	3.97	0.66		
ด้านระยะเวลา					
โสด	269	3.55	0.55	4.418	.013*
สมรส	105	3.49	0.60		
หม้าย / หย่าร้าง	26	4.00	0.56		
รวม	4000	3.56	0.56		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
โสด	269	3.46	0.55	.811	.445
สมรส	105	3.55	0.60		
หม้าย / หย่าร้าง	26	3.57	0.56		
รวม	4000	3.49	0.56		

สถานภาพปัจจุบัน	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านราคา					
โสด	269	4.01	0.55	1.102	.333
สมรส	105	3.94	0.60		
หม้าย / หย่าร้าง	26	4.19	0.56		
รวม	4000	4.00	0.56		
โดยรวม					
โสด	269	3.82	0.55	2.723	.067
สมรส	105	3.78	0.60		
หม้าย / หย่าร้าง	26	4.05	0.56		
รวม	4000	3.82	0.56		

\*  $p < .05$

ตาราง 12 แสดงเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ ANOVA ในการทดสอบ พบว่าสถานภาพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันใน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านระยะเวลา อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยใช้วิธีการ Scheffe ในการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ รายละเอียดดังแสดงในตาราง 12

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	(I) สถานภาพ	(J) สถานภาพ	Mean Difference (I-J)
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	หม้าย / หย่าร้าง	โสด	.3461*
		สมรส	.3934*
ด้านระยะเวลา	หม้าย / หย่าร้าง	โสด	.4442*
		สมรส	.5095*

\*  $p < .05$

จากการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการ Scheffe พบว่า

1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว กลุ่มสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ( $\bar{X} = 4.03$ ) มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แตกต่างกับกลุ่มสถานภาพโสด ( $\bar{X} = 3.96$ ) และ สถานภาพสมรส ( $\bar{X} = 3.91$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ด้านระยะเวลา กลุ่มสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ( $\bar{X} = 4.00$ ) มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แตกต่างกับกลุ่มสถานภาพโสด ( $\bar{X} = 3.55$ ) และ สถานภาพสมรส ( $\bar{X} = 3.49$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านการให้บริการ					
ข้าราชการ	53	4.05	0.48	5.742	.000*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.79	0.57		
นักเรียน / นักศึกษา	43	3.89	0.56		
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.56	0.56		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.63	0.67		
อื่น ๆ	138	3.90	0.50		
รวม	400	3.83	0.56		
ด้านพนักงานให้บริการ					
ข้าราชการ	53	4.30	0.51	5.199	.000*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.98	0.61		
นักเรียน / นักศึกษา	43	4.23	0.56		
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.79	0.69		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.98	0.67		
อื่น ๆ	138	4.15	0.55		
รวม	400	4.09	0.60		



ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ข้าราชการ	53	4.18	0.60		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.96	0.68		
นักเรียน / นักศึกษา	43	4.18	0.71	5.420	.000*
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.68	0.58		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.71	0.70		
อื่น ๆ	138	4.01	0.62		
รวม	400	3.97	0.66		
ด้านระยะเวลา					
ข้าราชการ	53	3.83	0.83		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.56	0.89		
นักเรียน / นักศึกษา	43	3.61	0.75	2.862	.015*
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.31	0.65		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.37	0.82		
อื่น ๆ	138	3.60	0.73		
รวม	400	3.56	0.79		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ข้าราชการ	53	3.65	0.62		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.53	0.66		
นักเรียน / นักศึกษา	43	3.58	0.74	2.873	.015*
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.22	0.74		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.30	0.80		
อื่น ๆ	138	3.53	0.63		
รวม	400	3.49	0.69		

ด้านราคา					
ข้าราชการ	53	4.18	0.73		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	4.00	0.78		
นักเรียน / นักศึกษา	43	4.18	0.85	2.862	.015*
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.67	0.74		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.90	0.80		
อื่น ๆ	138	4.02	0.74		
รวม	400	4.00	0.78		
โดยรวม					
ข้าราชการ	53	4.03	0.49		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.80	0.53		
นักเรียน / นักศึกษา	43	3.94	0.55	6.388	.000*
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	43	3.54	0.51		
ธุรกิจส่วนตัว	51	3.65	0.57		
อื่น ๆ	138	3.87	0.46		
รวม	400	3.87	0.52		

\*  $p < .05$

ตาราง 14 แสดงเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ ANOVA ในการทดสอบ พบว่า อาชีพ ต่างต่าง กันมีความพึงพอใจแตกต่างกันใน ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยใช้วิธีการ Scheffe ในการทดสอบ ค่าเฉลี่ยรายคู่ รายละเอียดดังแสดงในตาราง 15

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)
ด้านการให้บริการ	ข้าราชการ	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.3461*
		ธุรกิจส่วนตัว	.3934*
ด้านพนักงานให้บริการ	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	ข้าราชการ	.5112*
		นักเรียน / นักศึกษา	.4419*
		อื่น ๆ	.3673*
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ข้าราชการ	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.5002*
		ธุรกิจส่วนตัว	.4634*
ภาพรวม	ข้าราชการ	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.4943
		ธุรกิจส่วนตัว	.3843*

\*  $p < .05$

จากการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการ Scheffe พบว่า

1. ด้านการให้บริการ กลุ่มข้าราชการ ( $\bar{X} = 4.05$ ) มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แตกต่างกับกลุ่มแม่บ้าน / พ่อบ้าน ( $\bar{X} = 3.56$ ) และ ธุรกิจส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.63$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ด้านพนักงานให้บริการ กลุ่มพ่อบ้าน / แม่บ้าน ( $\bar{X} = 4.30$ ) มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แตกต่างกับกลุ่มข้าราชการ ( $\bar{X} = 4.30$ ) ธุรกิจส่วนตัว ( $\bar{X} = 4.23$ ) และอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.15$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว กลุ่มข้าราชการ ( $\bar{X} = 4.18$ ) มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แตกต่างกับกลุ่มพ่อบ้าน / แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.68$ ) ธุรกิจส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.71$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ในภาพรวม กลุ่มข้าราชการ ( $\bar{X} = 4.03$ ) มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แตกต่างกับกลุ่มพ่อบ้าน / แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.54$ ) ธุรกิจส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.65$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มี  
อาชีพแตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ย / เดือน	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านการให้บริการ					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	3.91	0.62		
5,000-9,999 บาท	102	3.82	0.55		
10,000-29,999 บาท	162	3.80	0.54	.656	.623
30,000-49,999 บาท	41	3.88	0.54		
50,000 บาท	27	3.75	0.61		
รวม	400	3.83	0.56		
ด้านพนักงานให้บริการ					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	4.15	0.63		
5,000-9,999 บาท	102	4.07	0.63		
10,000-29,999 บาท	162	4.10	0.59	.910	.458
30,000-49,999 บาท	41	4.10	0.60		
50,000 บาท	27	3.89	0.57		
รวม	400	4.09	0.60		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	4.10	0.73		
5,000-9,999 บาท	102	3.89	0.67		
10,000-29,999 บาท	162	3.95	0.63	1.897	.110
30,000-49,999 บาท	41	4.11	0.66		
50,000 บาท	27	3.81	0.60		
รวม	400	3.97	0.66		

รายได้เฉลี่ย / เดือน	N	Mean	SD	F	Sig.
<b>ด้านระยะเวลา</b>					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	3.60	0.82	.424	.791
5,000-9,999 บาท	102	3.53	0.73		
10,000-29,999 บาท	162	3.57	0.73		
30,000-49,999 บาท	41	3.65	1.00		
50,000 บาท	27	3.42	1.00		
รวม	400	3.56	0.79		
<b>ด้านช่องทางกรจัดจำหน่าย</b>					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	3.53	0.71	.634	.639
5,000-9,999 บาท	102	3.45	0.69		
10,000-29,999 บาท	162	3.53	0.69		
30,000-49,999 บาท	41	3.36	0.78		
50,000 บาท	27	3.45	0.51		
รวม	400	3.49	0.69		
<b>ด้านราคา</b>					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	4.14	0.75	1.044	.384
5,000-9,999 บาท	102	3.92	0.84		
10,000-29,999 บาท	162	3.97	0.73		
30,000-49,999 บาท	41	4.07	0.84		
50,000 บาท	27	4.07	0.72		
รวม	400	4.00	0.78		
<b>โดยรวม</b>					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	3.90	0.55	.837	.502
5,000-9,999 บาท	102	3.78	0.52		
10,000-29,999 บาท	162	3.52	0.48		
30,000-49,999 บาท	41	3.86	0.63		
50,000 บาท	27	3.73	0.51		
รวม	400	3.82	0.52		

\* p < .05

ตาราง 16 แสดงเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่อเดือนแตกต่างกัน ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ด้าน การให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย และด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ และเพื่อเสนอแนะปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ร่วมโปรแกรมท่องเที่ยวและบริการในโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. โดยทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณจากสูตร Yamané's ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด และคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้ข้อความที่กำหนดค่าของตัวแปรตามแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) และตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็น เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (open-ended question) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้โดยอิสระ ทั้งในเชิงข้อปัญหา เสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษา เส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร

การดำเนินการวิจัย มีขั้นตอนในการศึกษา 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 จัดเตรียมโครงการวิจัย โดยกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อวางระบบการดำเนินการศึกษาเอกสารข้อมูล ปัญหาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างและพัฒนาแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการตามโครงการวิจัย เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง คัดเลือกและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัย

## สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

5.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย คือ เพศหญิง (ร้อยละ 77.0) และ เพศชาย (ร้อยละ 23.0)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีอายุ 26-30 ปี (ร้อยละ 21.50) รองลงมา 31-35 ปี (ร้อยละ 16.75) และ อายุ 21-25 ปี (ร้อยละ 13.50)

นักท่องเที่ยวสถานภาพปัจจุบัน ส่วนใหญ่ โสด(ร้อยละ 67.25) รองลงมา สมรส (ร้อยละ 26.25) และ หม้าย / หย่าร้าง (ร้อยละ 6.50)

นักท่องเที่ยวมีอาชีพ อื่น ๆ(ร้อยละ 34.50) รองลงมา พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 18.00) และ ข้าราชการ (ร้อยละ 13.25)

นักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ย/เดือน ส่วนใหญ่ 10,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 40.50) รองลงมา 5,000 – 9,999 บาท (ร้อยละ 25.50) และ ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 17.00)

5.2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานครสรุปผลการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านระยะเวลา และด้านราคา โดย กำหนดเกณฑ์ความพึงพอใจ ดังนี้

### ระดับความพึงพอใจ

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	พึงพอใจปานกลาง



คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83 โดย

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านพนักงานให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09
2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01
3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97
4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83
5. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57
6. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

จากผลการศึกษาสอดคล้องกับเรื่อง ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ (ภาสกร จันทมงคลเลิศ, 2546 หน้า 52) กล่าวคือ

1. ความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงานของ ผู้ให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ
2. มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
3. มีความเต็มใจในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เอาใจใส่ สุภาพ อธิบายดี
4. มีหน่วยงานที่สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ารับบริการได้อย่างเหมาะสม
5. มีความพร้อมในสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ บุคคลและสิ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

## การอภิปรายผล

จากผลสรุปการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งจะนำมาอภิปรายผลในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการ ระดับมาก ความพึงพอใจในการให้บริการ (ชนะ กล้าชิงชัย, 2541 หน้า 7) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นทัศนคติ ความรู้สึก อารมณ์ และทัศนะของบุคคล ซึ่งมีผลมาจากส่วนประกอบสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งเร้าเข้ามากระตุ้น จูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา ความพึงพอใจด้านพนักงานให้บริการ ความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการ เป็นความพึงพอใจที่พนักงานให้บริการแก่ลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้ามาเลือกใช้บริการ ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ (นิคม สะอาดเยี่ยม, 2539. หน้า 20) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ เป็นทัศนคติ ความรู้สึกในสิ่งในสิ่งหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสามารถบรรลุจุดหมายได้ในระดับใดระดับหนึ่ง หากจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองแล้ว ระดับความพึงพอใจก็จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นเลย (ชนะ กล้าชิงชัย, 2541 หน้า 7) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ เป็นทัศนคติ ความรู้สึก อารมณ์ และทัศนะของบุคคล ซึ่งมีผลมาจากส่วนประกอบสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งเร้าเข้ามากระตุ้น จูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งจากผลการศึกษาสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (เบญจพร ทองไชย, 2548.) ได้ศึกษาวิจัย พฤติกรรม และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง เนื่องจากมีพฤติกรรมในการบอกต่อบุคคลอื่นๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี และกิจกรรมต่างๆอยู่ในระดับพอใจมาก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (ประภัสสร ศรีภักดี, 2548.) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษา วิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีการพิจารณาทั้งด้าน บุคลากร ด้านกิจกรรม ด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมีความพึงพอใจมาก

ความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการโครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ และอาชีพต่างกัน แตกต่างกัน ส่วน สถานภาพปัจจุบัน และรายได้ (บาท/เดือน) ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (ณัฐชามณีย์ สุวิทย์พันธุ์, 2545.) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับที่ค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับที่อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันนั้น มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันนั้น มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน อีกทั้งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (สุกัญญา เจริญศรี, 2549.) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน หลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ ( TSUNAMI) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการรับรู้จริงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับที่ดีมาก ส่วนใหญ่มีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวม และระดับชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่ดี นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจพนักงานให้บริการ การให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านพนักงานให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ด้านระยะเวลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นจึงสรุปประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านการให้บริการ ผู้จัดควรจัดรายละเอียดของโปรแกรมการท่องเที่ยวมีความ

ชัดเจนและดึงดูดใจในการใช้บริการ และ จัดอาหารที่มีความหลากหลาย รสชาติอาหารอร่อย และ ควรจัดให้มีรถสำรองเผื่อผู้ที่เดินทางมาซื้อตั๋วในตอนเช้าของวันเดินทาง โดยที่ไม่ได้ทำการสั่งจองที่นั่งล่วงหน้า

2. ด้านพนักงานให้บริการ มีการบริการอย่างเป็นกันเอง สุภาพ เรียบร้อยแต่งกายสุภาพ เรียบร้อยและเหมาะสม แต่พนักงานควรจะมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และควรจัดให้ความหลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยว

3. ด้านระยะเวลา ผู้จัดควรให้เวลาระยะเวลาส่วนตัวในการท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาส่วนตัวในการถ่ายรูปให้นานกว่านี้ และควรจะบริหารเวลาให้ตรงตามที่กำหนดไว้

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตั๋ว และจองที่นั่งในการเดินทางสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นกว่าเดิม

5. ด้านราคา ผู้จัดควรคำนึงถึงความคุ้มค่าให้มากที่สุด

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับระดับความสำคัญของความพึงพอใจของบุคคลในการได้รับการบริการต่าง ๆ ดังนี้ (มณีวรรณ ต้นไทย, 2538 หน้า 23) กล่าวคือ ด้านความสะอาดสบายที่ได้รับ ด้านตัวพนักงานที่ให้บริการ ด้านคุณภาพที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และ ด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับการเข้าไปใช้บริการ

### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากผลการศึกษาที่ได้รับแล้ว คณะผู้ศึกษาได้พบประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่คาดว่าจะเป็ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อเป็นประเด็นศึกษาในโอกาสต่อ ๆ ไป จึงขอเสนอแนะ ให้มีการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามโปรแกรมอื่น ๆ เช่น การเดินทางโดยรถไฟ การเดินทางโดยเรือ มีความคิดเห็นและความพึงพอใจอย่างไรในเรื่องนี้ มีความคิดแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปปรับปรุงหรือเพิ่มเติมด้านการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2529). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กฤษณี รื่นรมย์ และ คณะ. (2547). การมุ่งเน้นลูกค้าและการตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่าง  
อย่างเหนือชั้น. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิต.
- คณิศร คำนวณ. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริม  
การเกษตรสหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรีจำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์). วิทยานิพนธ์  
วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิราพร กองทอง. (2540). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว บริเวณด่านช่อง  
จอม อำเภอทาบเชิง จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2542). ความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดบริการสถานรับเลี้ยงใน  
เขตกรุงเทพมหานคร: ความต้องการ รูปแบบ และคุณภาพ. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ:  
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ณัฐชามณี สุวิทย์พันธ์. (2545). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมกร  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เต็มศักดิ์ สุวรรณประกาศ. (2541). สังคมวิทยาเบื้องต้น. ภาควิชาสังคมวิทยา  
คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยครูพิบูลสงคราม พิษณุโลก.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่2).  
กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทย.
- เบญจพร ทองไชย. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประภัสสร ศรีภักดี. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรม  
นันทนาการของค่ายนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์  
วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปณุกา อัญชลีกุล. (2548). พัฒนาการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)  
(2502 - 2545). วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2539). การจัดนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรสวรรค์ มโนพัฒนะ. (2547). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พระคัมภีร์นามมูล. (2547). เทคโนโลยีการขนส่งสาธารณะในเมือง ระบบขนส่งสาธารณะในกทม. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด.
- ภาสกร จันทมงคลเลิศ. (2546). การพัฒนาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพในงานบริการ: กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด. วิทยานิพนธ์ วศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มณีวรรณ ตันไทย. (2533). พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่มีต่อประชาชนที่มาติดต่อ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราณี อิลิชัยกุล. (2547). การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: วิรัตน์ เอ็ดดุกะเซ็น.
- วาสนา อ่องเยี่ยม. (2546). เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วาสนา จัตุพร. (2547). ความคาดหวังและรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ. (2547). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: แม็ค.
- สุดาตวง เรืองสุริยะ. (2543). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริรัตน์ ชาติไทย. (2544). ความคาดหวังด้านการตลาดบริการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.

- สุรสิทธิ์ เวชสิทธิ์. (2544). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกล้าไม้ป่า จากศูนย์เพาะชำกล้าไม้ที่4 จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุริยะ วิระสวัสดิ์. (2544). ระบบการบริหารจัดการท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สมยศ วัฒนากมลชัย. (2547). การขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุกัญญา เจริญศรี. (2549). การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน หลังจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (TSUNAMI) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- A.Parasuraman. (2004). Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations. New York: Free Press



ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ  
โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ชมสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายใน  
กรุงเทพมหานคร

### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หน้าข้อความตามความเป็นจริง

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 20 ปี

( ) 21 – 25 ปี

( ) 26 – 30 ปี

( ) 31 – 35 ปี

( ) 36 - 40 ปี

( ) 41 - 45 ปี

( ) 46 – 50 ปี

( ) 51 ปีขึ้นไป

3. สถานะภาพปัจจุบัน

( ) โสด

( ) สมรส

( ) หม้าย / หย่าร้าง

4. อาชีพ

( ) ข้าราชการ

( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) นักเรียน/นักศึกษา

( ) แม่บ้าน / พ่อบ้าน

( ) ธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ .....

5. รายได้ (บาท / เดือน)

( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท

( ) 5,000 – 9,999 บาท

( ) 10,000 – 29,999 บาท

( ) 30,000 -49,999 บาท

( ) 50,000 ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการ  
โครงการครอบครัวสุขสันต์กับบริการ ขสมก. กรณีศึกษาเส้นทางไหว้พระและศาลเจ้า 9 แห่ง ภายใน  
กรุงเทพมหานคร ในแต่ละข้อ และทำเครื่องหมาย /ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	<b>ด้านการให้บริการ</b> ความเพียงพอของพนักงานในการ ให้บริการ และความรวดเร็วในการ ให้บริการ					
2	รายละเอียดของโปรแกรมการท่องเที่ยวมี ความชัดเจนและดึงดูดใจในการใช้ บริการ					
3	ความเหมาะสมของจุดรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว					
4	ความสะดวกสบายของที่นั่ง					
5	ความสะอาด และบรรยากาศของพาหนะ					
6	สภาพของเครื่องยนต์ในการให้บริการ					
7	ความปลอดภัยในการเดินทาง					
8	การให้บริการด้านอาหาร ปริมาณอาหาร มีความเหมาะสมเพียงพอ					
9	<b>รสชาติอาหารอร่อย</b>					
10	<b>ด้านพนักงานให้บริการ</b> พนักงานให้การบริการอย่างเป็นกันเอง สุภาพ เรียบร้อย					
11	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการนำ เที่ยว					
12	พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และเหมาะสม					
13	พนักงานมีมารยาทในการพูดจา เป็น กันเอง					
14	พนักงานขับรถมีมารยาทในการขับรถ ระมัดระวัง ไม่ประมาท					

ข้อที่	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
15	<b>ด้านสถานที่ท่องเที่ยว</b> จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอกับความต้องการ					
16	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					
17	ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว					
18	<b>ด้านระยะเวลา</b> ความเหมาะสมของระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละสถานที่					
19	ความเหมาะสมของระยะเวลาส่วนตัวในการท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาส่วนตัวในการถ่ายรูป					
20	<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b> ความสะดวกสำหรับช่องทางการติดต่อจองที่นั่งในการเดินทาง					
21	ความสะดวกในการจ่ายเงินสำหรับการจองที่นั่งในการเดินทาง					
22	ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายตั๋ว และจองที่นั่งในการเดินทาง					
23	ความหลากหลายของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์					
24	<b>ด้านราคา</b> ราคาค่าตัวมีคุ้มค่าต่อโปรแกรมการเดินทาง					

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

**ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม**

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล : นางสาวศรินทร์ ประเสริฐช่วง  
เกิดเมื่อ : 5 พฤศจิกายน 2525  
สถานที่เกิด : โรงพยาบาลพญาไท 1  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 247/27 หมู่บ้านชวนชื่นพารวิลล์ ซอย 7/1 กทม 10170  
ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. 2538 : มัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา พุทธมณฑล  
พ.ศ. 2541 : มัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา  
พุทธมณฑล  
พ.ศ. 2547 : ศศ.ป. (สาขาวิชาภาษาไทย) จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพ  
พ.ศ. 2550 : ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) จาก  
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล : นางสาววรพร วรรณรัตน์  
เกิดเมื่อ : 11 กันยายน 2521  
สถานที่เกิด : โรงพยาบาลราชวิถี  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 454/269 ลาดพร้าว 87 ถนนลาดพร้าว วังทองหลาง กรุงเทพมหานคร  
10310  
ตำแหน่งหน้าที่ : เลขานุการ  
สถานที่ทำงาน : บริษัท ไทยวาปลาซ่า จำกัด  
ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. 2539 : ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จากอาชีวศึกษาสงขลา จังหวัดสงขลา  
พ.ศ. 2544 : บธ.บ (การจัดการโรงแรม) จากวิทยาลัยดุสิตธานี  
พ.ศ. 2550 : ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) จาก  
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล : นางสาววิภาวี เชิญพิมาย  
เกิดเมื่อ : 13 มกราคม 2521  
สถานที่เกิด : โรงพยาบาลมหาราช จังหวัดนครราชสีมา  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 181/1 ถ. สุริยาอัสดง ต. ในเมือง อ. พิมาย จ. นครราชสีมา 30110  
ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. 2535 : มัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนพิมายวิทยา อ. พิมาย จ. นครราชสีมา  
พ.ศ. 2538 : มัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนพิมายวิทยา อ. พิมาย จ. นครราชสีมา  
พ.ศ. 2540 : อนุปริญญา (เจ้าหน้าที่ทันตสาธารณสุขสุข) จากวิทยาลัยการสาธารณสุข  
: สุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี  
พ.ศ. 2546 : บธ. บ. (บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด) จากมหาวิทยาลัยรังสิต  
พ.ศ. 2550 : ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) จาก  
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก