

แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม
ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิ์ผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2553



ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือและเมตตาเป็น อย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการทุกท่านที่ได้ให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำตลอดจน ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่และให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา จนการศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึง ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ ปรึกษา ดร.สิทธิชัย พรหมสุวรรณ ดร.ประภาศรี พรหมประกาย และดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี ที่กรุณาให้คำแนะนำเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้การศึกษา ครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาท วิชาความรู้และประสบการณ์เรียนรู้ ตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตรศิลปศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ พนักงาน และผู้ประกอบการร้านค้าตลาดน้ำสี่ภาคพญา จังหวัดชลบุรี ที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนเป็นอย่างดี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้เพื่อ การศึกษาค้นคว้า

สุดท้ายนี้ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณทุกท่าน ที่เป็นแรงบันดาลใจอย่างยิ่งใหญ่แห่ง ความสำเร็จในครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ ผู้ ศึกษาขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และทุกๆ ท่าน ที่ให้ความ ร่วมมือในการศึกษาครั้งนี้

จวีรัตน์ หนองหัว

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
ผู้ศึกษาค้นคว้า	จุรีรัตน์ หนองหว่า
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
คำสำคัญ	การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม, ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

บทคัดย่อ

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจุดมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ศักยภาพของพนักงานด้านการบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพด้านบริการของพนักงาน และศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ประชากรในการศึกษาวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.2 มีอายุ 21 - 30 ปี ร้อยละ 35.8 มีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ร้อยละ 62.0 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 43.5 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.3 และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในด้านการคมนาคม โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 ลำดับต่อมา คือ ด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 ด้านสถานที่ 3.782 ด้านราคา 3.660 ด้านอาหาร 3.622 และด้านสินค้าที่ระลึก 3.543 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มี

ศักยภาพด้านการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.808 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า พนักงาน ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัย 3.848 โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.848 ลำดับต่อมา คือ ศักยภาพด้านการต้อนรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.839 และศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.736 ตามลำดับ



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความหมายของวัฒนธรรม.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการและคุณภาพในงานบริการ.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	38
ข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	39
ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยว.....	40
ข้อมูลศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบ Focus Group.....	65
5 บทสรุป.....	68
สรุปผลการวิจัย.....	69
การอภิปรายผล.....	76
ข้อเสนอแนะ.....	78
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก.....	83
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	88

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถาม	36
2	แสดงจำนวน และร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลส่วนบุคคล	39
3	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวโดยรวม.....	41
4	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่.....	42
5	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้านราคา.....	43
6	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก.....	43
7	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร.....	44
8	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม.....	45
9	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม.....	46
10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ พนักงานโดยรวม.....	47
11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ พนักงานด้านการต้อนรับ.....	48
12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ พนักงานด้านข้อมูลข่าวสาร.....	49
13	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ พนักงานด้านความปลอดภัย.....	49
14	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	52
16	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	54
17	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	56
18	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับรายได้กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	57
19	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	59
20	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	60
21	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน.....	61
22	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน.....	62
23	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร.....	63
24	แสดงตารางเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับรายได้กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน.....	64

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2	กระบวนการเกิดความพึงพอใจในการบริการ.....	22



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยต้องการเงินตราต่างประเทศเข้ามาฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญทำให้มีเงินหมุนเวียนเข้ามาในประเทศ และเป็นรายได้ที่ติดอันดับหนึ่งของรายได้ที่เข้ามาในประเทศไทย และเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ชุมชนอย่างกว้างขวางและหลายสาขา คนไทยทุกคนควรเรียนรู้และทำความเข้าใจกับทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ต่างๆ รวมไปถึงวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิม เป็นต้น เพื่อที่จะได้ช่วยกันอนุรักษ์ให้ยั่งยืน และช่วยกันเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำความมั่งคั่งและความมั่นคงมาสู่ท้องถิ่นและประเทศได้อย่างยาวนานและยั่งยืน ซึ่งในประเทศไทยแต่ละภูมิภาคก็จะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมประเพณีที่มีความแตกต่างกันไปทำประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายมากมายและนักท่องเที่ยวสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ เช่น ชมป่า ปีนเขา ชมถ้ำ น้ำตก น้ำพุร้อน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีมากและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในภาคเหนือและภาคตะวันตก แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรมโบราณเก่าแก่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เทียบทะเลฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย หรือชมวิถีการดำเนินชีวิตของคนในภาคต่างๆ โดยเฉพาะวิถีชีวิตลุ่มน้ำ การดำเนินชีวิตของคนไทยที่มีความผูกพันกับสายน้ำในภาคกลาง เป็นต้น (ยุพดี เสด็จพรธณ, 2548, หน้า 13)

สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตขึ้นเพราะการปฏิวัติอุตสาหกรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น การรับรู้ข่าวสารที่มีความรวดเร็วทันสมัยขึ้น การเปลี่ยนแปลงอาชีพ การเดินทางเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น รวมถึงการลดขั้นตอนการเดินทางต่างๆ นั้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจกับการเดินทางเพื่อการพักผ่อนมากขึ้น (สุวรรณ กาญจนเมธากุล, 2542, หน้า 59) สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่พยายามจัดการด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้มีระบบมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตต่างๆ ไว้ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น (นิตา ชัชกุล, 2542, หน้า 28) และปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเดินทางที่มีความ

เป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบาย เรียบง่ายและสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2542, หน้า 16)

ภาครัฐและเอกชนจึงมีนโยบายเพื่อรณรงค์และส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ มากมาย ซึ่งการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ทิศทางการท่องเที่ยวในประเทศ จึงมุ่งเน้นสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และปลูกจิตสำนึกความรักท้องถิ่นของคนเจ้าของพื้นที่ (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2546, หน้า 11)

ดังนั้น การสนับสนุนการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องคัดเลือกชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมภายใต้บริบทที่ว่าชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่ และเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทางเพื่อส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน พื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยว และได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีความเข้าใจความแตกต่างของชุมชนแต่ละแห่ง ตลอดจนเกิดทัศนคติที่ดี ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ จากการได้ท่องเที่ยวไปในแต่ละชุมชน หรือในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว และตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี จึงเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ และอยู่ในจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว และเป็นที่ยุ้จักทั้งนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ คือ จังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดชายทะเลอยู่ทางภาคตะวันออกซึ่งนับได้ว่าเป็นเมืองตากอากาศที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มีชื่อเสียงมานาน เช่น หาดบางแสนและหาดพัทยา ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และสร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก จังหวัดชลบุรีมีพื้นที่ติดกับอ่าวไทยทำให้มีอากาศอุ่นสบายตลอดปี และมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมทำให้ชลบุรีเป็นเมืองท่าที่สำคัญมานานนับจากอดีต ปัจจุบันจังหวัดชลบุรีได้รับการวางแผนให้เป็นเมืองหลักทางด้านอุตสาหกรรมและการค้าของภาคตะวันออก มีท่าเรือพาณิชย์ที่สำคัญของประเทศรองจากท่าเรือกรุงเทพฯ คือ ท่าเรือแหลมฉบัง และมีโรงงานอุตสาหกรรมมากมาย เช่น โรงกลั่นน้ำมัน โรงงานประกอบรถยนต์ โรงงานน้ำตาลทราย โรงงานมันสำปะหลัง เป็นต้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่นๆ จังหวัดชลบุรีจึงเป็นอีกจังหวัดที่ทำรายได้เข้าประเทศต่อปีเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้จังหวัดชลบุรียังมีทรัพยากร

และแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประกอบกับการคมนาคมที่สะดวกสบายขึ้น จังหวัดชลบุรีจึงเป็นเมืองท่องเที่ยวในใจของคนกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่เมื่อไม่นานมานี้คือ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา (เที่ยวทั่วไทยไปกับนายรอบรู้, 2551, หน้า 46)

ตลาดน้ำ ถือเป็นสายเลือดหลักของคนในอดีต เพราะนอกจากจะใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าของคนที่มีวิถีชีวิตริมน้ำแล้วยังเป็นสถานที่นัดพบกันจากผู้คนหลายพื้นที่ด้วย ภายหลังจากเส้นทางสัญจรทางน้ำเริ่มหมดความสำคัญ และถนนบนบกเริ่มเข้ามาแทนที่ทำให้ตลาดน้ำค่อยๆ ซบเซาลงไป แต่ในวันนี้ภาพในอดีตกำลังจะฟื้นคืนกลับมาด้วยเจตนารมณ์ที่จะให้ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นสถานที่จำหน่ายอาหาร ขนม สินค้าที่ระลึก และผลไม้หลากหลายชนิด และเป็นสถานที่จัดการแสดงพื้นเมือง ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมเดินทางมาท่องเที่ยวหรือร่วมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาสถานที่ทานอาหารอร่อยๆ ด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549, หน้า 115)

ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่มีกรรมกรเอาวิถีชีวิตชาวไทยที่น่าสนใจทั้งสี่ภาคไว้ในที่เดียว ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยาดังอยู่ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวและมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและเป็นที่รู้จักทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานบันเทิงต่างๆ ในเมืองพัทยา ทำให้เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนตลอดทั้งปี เมืองพัทยามีการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม แห่งใหม่ใจกลางเมืองพัทยา ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยานี้ ถือกำเนิดขึ้นด้วยเจตนารมณ์ของผู้บริหารที่จะทำให้ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่จำลองเอาวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยที่เรียบง่าย และการเรียนรู้การดำเนินชีวิตแบบพอเพียง หรือชีวิตดั้งเดิมของไทยที่มีความผูกพันกับสายน้ำตั้งแต่อดีตที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบันรวมทั้งการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีเสน่ห์น่าหลงใหลใน 4 ภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้

นอกจากนี้ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเบิ่งน้ำจืดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออก และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเดียวในภาคตะวันออกที่มุ่งเน้นให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วิถีชีวิตพอเพียงที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ รวมไปถึงการเป็นจุดศูนย์รวมของวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ครอบคลุมและครบครันในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การกิน การแสดง การค้าขาย รวมทั้งงานหัตถกรรมต่างๆ ที่เป็นส่วนหนึ่งในการบอกเล่าเรื่องราววิถีการดำเนินชีวิต ความเป็นมา ความเจริญรุ่งเรือง และภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่มีคุณค่า และสมควรที่จะได้รับการอนุรักษ์ ส่งเสริม ฟื้นฟูให้คงอยู่ต่อไป และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งเดียวที่ซึ่งจะยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตคนไทยตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเมืองพัทธา จังหวัดชลบุรี และสร้างทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธา จังหวัดชลบุรี

การศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางที่ดีในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้น เพื่อให้ทราบรายละเอียดของข้อมูลการจัดการต่างๆ และทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี และศักยภาพในการให้บริการของพนักงานในตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี รวมไปถึงหาแนวทางในการพัฒนาด้านการจัดการ การบริการเพื่อตอบสนองและสร้างทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษา ศักยภาพของพนักงานด้านบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพด้านการบริการของพนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษา แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การศึกษานี้ได้กำหนดการศึกษาวิจัยในพื้นที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** เนื้อหาที่กำหนดศึกษามุ่งเน้นในประเด็นต่างๆ ดังนี้
 - 2.1 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
 - 2.2 ศึกษาศักยภาพของพนักงานด้านบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
 - 2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

โดยขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาค ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

3. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรในการศึกษานี้มีกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม คือ
 - 3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
 - 3.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา และผู้ประกอบการร้านค้าที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสถานที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2552 และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา และผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

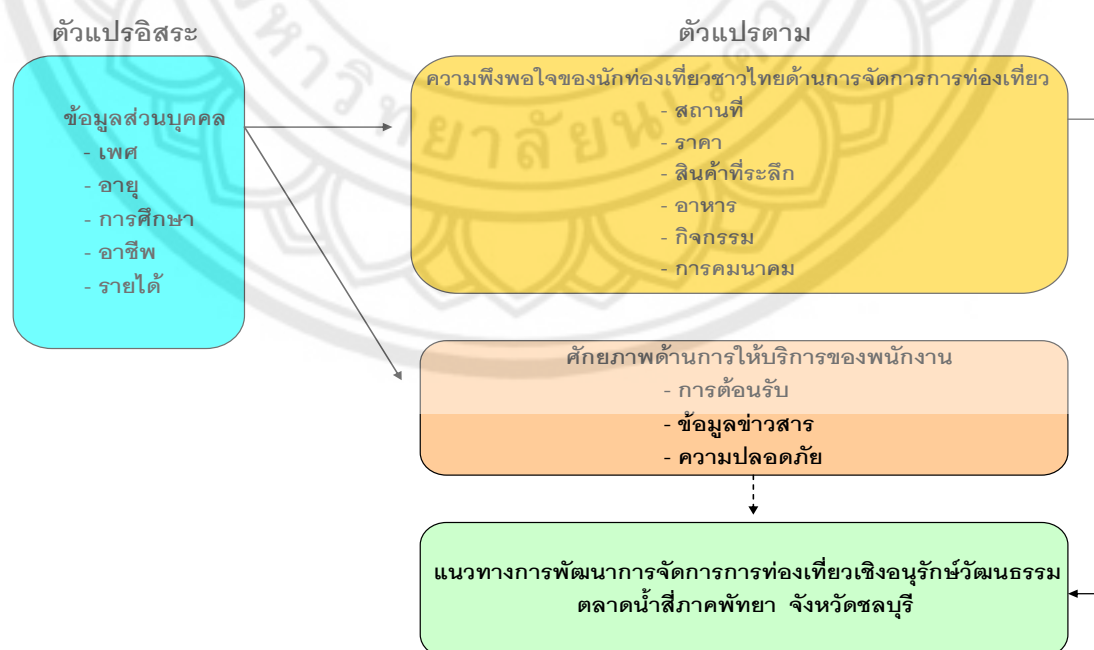
ตัวแปรอิสระ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี
2. ศึกษาศักยภาพของพนักงานด้านบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม ที่มีใช้การประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยว และผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินจะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ในที่นี้ นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพญา จังหวัดชลบุรี
2. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว** หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพญา จังหวัดชลบุรี ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ราคา สินค้าที่ระลึก อาหาร กิจกรรม และการคมนาคม
3. **การจัดการการท่องเที่ยว** หมายถึง การจัดการ และการบริหารการท่องเที่ยวที่ดี เพื่อที่จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติทั้งมนุษย์และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทำให้เสื่อมโทรมลง โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การวางแผนนโยบายใดๆ โดยสอดคล้องกับความคิดเห็นและเหตุผลของคนในท้องถิ่น และคำนึงถึงผลกระทบในทุกๆ ด้าน รวมถึงการสร้างแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนตลอดไป การตอบสนองนั้นต้องไม่มีการกีดกันในการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ด้วย (เดชา ใต้สูงเนิน, 2548)
4. **วัฒนธรรม** หมายถึง การดำเนินชีวิตของคนในสังคมนับตั้งแต่วิธีการกิน วิธีอยู่ วิธีการแต่งกาย วิธีการทำงาน วิธีการพักผ่อน การแสดงอารมณ์ วิธีการสื่อความ การจรรยาบรรณส่ง วิธีการอยู่รวมกันเป็นหมู่คณะ วิธีการแสดงความสุขทางใจและหลักเกณฑ์ในการดำเนินชีวิต โดยแนวทางในการแสดงออกถึงวิถีชีวิตนั้นเริ่มจากเอกชนหรือคณะบุคคลทำเป็นตัวอย่างแล้วต่อมาคนส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติสืบต่อกันมา วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและเวลา เมื่อมีการประดิษฐ์หรือคิดค้นสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ซึ่งอาจทำให้สังคมเกิดความนิยมในที่สุดก็อาจเลิกใช้วัฒนธรรมเดิม ดังนั้น การรักษาหรือธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย
5. **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม** หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบวิถีชีวิต หรือความเป็นอยู่ของสมาชิกชุมชนซึ่งเป็นเอกลักษณ์ สามารถเห็นได้จากพฤติกรรม ผลงานศิลปหัตถกรรมที่สมาชิกในชุมชนสร้างสรรค์ขึ้นมา ตลอดจนความเชื่อและความรู้ ความสามารถในการทำมาหากิน หรือการ

ประกอบอาชีพรวมถึงการนำเสนอโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถานซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชุมชนด้วย

6. **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีท่าทีในการอนุรักษ์ การอนุรักษ์มีความหมายในการร่วมมือกันป้องกันรักษาให้คงเดิมโดยจะเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเที่ยวทุกประเภท คือ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่มีรูปแบบอนุรักษ์โดยองค์กรที่รับผิดชอบ หรือโดยนักท่องเที่ยว

7. **การบริการ** หมายถึง การกระทำใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้อื่นจึงเป็นเรื่องของคนสองฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ที่มีต่อกัน

8. **คุณภาพบริการ** หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อบริการของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี กับการรับรู้บริการที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นการได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่คาดหวังก็ได้

9. **ศักยภาพการบริการ** หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านการต้อนรับ ด้านข้อมูลข่าวสาร และการคมนาคม

10. **การพัฒนา** หมายถึง การจัดเตรียมรูปแบบและแนวทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี มีการกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

1. ความแตกต่างของ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่ ราคา สินค้าที่ระลึก อาหาร กิจกรรม และการคมนาคมแตกต่างกัน

2. ความแตกต่างของ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี มีผลต่อศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการให้บริการการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน (การทดสอบสมมติฐานจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษางานวิจัยในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี” ดังนี้

1. ความหมายและประเภทของวัฒนธรรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
3. แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว
4. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการและคุณภาพในงานบริการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของวัฒนธรรม

(เสถียร โกเศศ นาคะประทีป, 2515) กล่าวว่าวัฒนธรรม หมายถึง สภาพอันเป็นความเจริญงอกงามอันมีความหมายได้หลายนัยและแล้วแต่จะมุ่งมองวัฒนธรรมในแง่ใด ซึ่งวัฒนธรรมนี้มนุษย์เองเป็นผู้สร้างและปรับปรุงจากธรรมชาติและเรียนรู้จากกันและกัน ดังนั้นวัฒนธรรมจะเจริญ หรือเสื่อมก็อยู่ที่คนในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมแบ่งเป็น 5 หมวดใหญ่ คือ

1. วัฒนธรรมวัตถุ เช่น สิ่งปลูกสร้างต่างๆ อาหารการกิน เครื่องแต่งกาย อาวุธ เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น
2. สถาบันสังคม กิจกรรมที่จัดตั้งเป็นระเบียบขึ้นไว้ เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งสังคมสนใจ ในการดำเนินชีวิต อย่างปกติสุขปราศจากการเบียดเบียนกดขี่กัน อย่างมีสวัสดิภาพสังคม เช่น การจัดระเบียบครอบครัว การถ่ายทอดวัฒนธรรมรุ่นต่อรุ่น โครงสร้างการเมือง
3. จิตใจ เช่น วัฒนธรรมทางความเชื่อ ศาสนา เพื่อเป็นหลักยึดเหนี่ยวจิตใจยามมีทุกข์เดือดร้อน หรือ เป็นเครื่องกำหนดบังคับใจไม่ให้ประพฤติชั่ว
4. สุนทรียภาพ การสร้างสิ่งที่เป็นความงาม ความไพเราะ เรียกว่าศิลปะซึ่งแบ่งออกเป็นศิลปะบริสุทธิ์ (Pure Arts) ศิลปะประยุกต์ (Decorative Arts)

5. ภาษา วัฒนธรรมจะยั่งยืนและมีความเจริญงอกงามได้อยู่ที่มนุษย์มีภาษา เพราะเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่กันในสังคม เพื่อเป็นการสื่อความรู้และความรู้สึกแก่กัน

จากทั้งหมดข้างต้นพอจะสรุปประเภทของวัฒนธรรมออกเป็น 2 หมวดกว้างๆ คือ วัฒนธรรมทางวัตถุอันเป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อให้กินดีอยู่ดีมีความสะดวกสบายในการครองชีพ ได้แก่ ความจำเป็นเบื้องต้นในชีวิต 4 อย่าง คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และสิ่งอื่นๆ เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ ยานพาหนะ ตลอดจนอาวุธเครื่องป้องกันตัวและอื่นๆ

วัฒนธรรมทางจิตใจ หมายถึง สิ่งที่ทำให้ปัญญาและจิตใจมีความเจริญงอกงาม ได้แก่ การศึกษาความรู้อันบำรุงความคิดทางปัญญาและศาสนาและจรรยา ศิลปะ และวรรณคดี กฎหมาย และกฎระเบียบประเพณีซึ่งส่งเสริมความรู้สึกทางจิตใจให้งอกงามหรือให้สบายใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ฉบับ พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรม คือ สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมกลืนก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่ของพวกเขาตน”

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรม หมายถึง วิถีแห่งการดำรงชีพที่มนุษย์สร้างขึ้น ตามที่มนุษย์มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นทั้งความรู้ ความคิด หรือความเชื่อจนมีการยอมรับปฏิบัติกันมาเป็นวิธีการหรือเป็นแบบแผน และมีการอบรมถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อมา ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของมนุษย์”

Green (1972) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันได้ให้ความหมายว่า “วัฒนธรรม คือ กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมให้บุคคลเกิดความรู้ รู้จักวิธีปฏิบัติ มีความเชื่อ ตลอดจนเข้าใจ ผลิตผลทางศิลปะทั้งหลายและดำรงรักษาสิ่งเหล่านั้นไว้ หรือเปลี่ยนแปลงไปในเวลาที่เหมาะสม ”

Linton (1973) นักมานุษยวิทยาชาวอเมริกัน ได้กล่าวว่า “วัฒนธรรม หมายถึง แบบแผนพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ และเป็นที่ยอมรับปฏิบัติร่วมกันของสมาชิกในสังคม รวมทั้งมีการถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อๆ มา”

สรุป จากความหมายของวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า วัฒนธรรม คือ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของหมู่คณะ เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคมเป็นแบบแผนที่สมาชิกในสังคมเดียวกันยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา สามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน เป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมา ช่วยให้มีมนุษย์ในสังคมนั้นๆ

อยู่รอดและเจริญงอกงาม และวัฒนธรรมจะดำรงอยู่ยาวนานเพียงใดขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของความคิด ซึ่งขึ้นอยู่กับความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ การสร้างสรรค์ คือการต่อสู้ดิ้นรนค้นหาแนวทางใหม่ๆ โดยไม่สูญเสียรูปแบบดั้งเดิมของตนและสืบทอด ถ่ายทอดการเรียนรู้ของสมาชิก ดังนั้น วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์จึงเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลา

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

(มนัส สุวรรณ และคณะ, 2544) ได้ให้ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสม และถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า สวนสนุก สวนสัตว์ ซึ่งแบ่งย่อยได้ 3 ประเภท คือ

1. แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนนั้นโดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้ วิสัยทัศน์ ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่างๆ และภูมิปัญญาของชนเผ่า
2. แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี และซื้อสินค้าที่ระลึกจากผู้ประกอบการหัตถกรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษา มรดก ความหลากหลายของวัฒนธรรม คุณค่าผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ประเพณี และการได้ซื้อสิ่งของที่ระลึกที่พอใจ
3. แหล่งกิจกรรม ประกอบอาชีพ ศูนย์วิจัยและสถานทดลอง ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้ใหม่ๆ และความผ่อนคลายในสิ่งที่ตนเองไม่คุ้นเคยเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ กิจกรรมความก้าวหน้าทางวิชาการ คุณค่าที่มีความรู้ ความสนุกเพลิดเพลิน และความท้าทายที่ผู้เยี่ยมชมได้รับ

นอกจากนี้ (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2544) ยังได้กล่าวถึงการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในความหมายของ (Coltman, 1989) ซึ่งได้ให้แนวทางไว้ตาม d'Amore ไว้ดังนี้

1. ควรจัดโครงการส่งเสริมให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม
2. การพัฒนาควรขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ และการจัดลำดับความสำคัญโดยชุมชนเองว่าจะปรับเปลี่ยนอย่างไร ไม่ใช่โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3. คนในชุมชนควรเป็นฝ่ายเห็นชอบในเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวว่าถ้าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว นั้นควรจะ เป็นนักท่องเที่ยวประเภทใด และมีจำนวนเท่าใด

4. ควรมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมด้านการพักผ่อนหย่อนใจในท้องถิ่น ให้มีความเหมาะสมทั้งด้านคุณภาพและคุณธรรม

5. ในขบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยว ควรเคารพในคุณค่าและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น เพื่อจะได้ไม่เกิดผลกระทบต่อชุมชนพื้นเมืองในแหล่งท่องเที่ยว นั้น

6. ผู้บริหารกิจการ ทุน และแรงงานที่จะทำกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยว ควรมาจากคนในท้องถิ่น เพื่อให้ท้องถิ่นสามารถควบคุมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของท้องถิ่นได้

7. ในงานเทศกาลและกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย

8. งานเทศกาลต่างๆ และเนื้อหาของงานที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ควรสะท้อนภาพของประวัติศาสตร์ ชีวิตความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

9. พยายามขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนก่อนที่จะเริ่มมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แนวคิดของ Richie and Zins ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ประกอบด้วย 12 ประการ ดังนี้ (จิราวรรณ กาวิลละ, 2544)

1. งานหัตถกรรม
2. ภาษา
3. ขนบธรรมเนียมและพิธีปฏิบัติ
4. ธรรมเนียมการรับประทานอาหารและการทำอาหาร
5. ศิลปะและดนตรี รวมไปถึงภาพวาดและรูปปั้นแกะสลัก
6. ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
7. ลักษณะงานและเทคโนโลยีต่างๆที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น
8. งานสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่และดั้งเดิมในท้องถิ่น
9. ศาสนาและพิธีกรรมต่างๆ
10. ระบบการศึกษา
11. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย
12. กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ

จากคำอธิบายต่างๆ ข้างต้นสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีความเข้าใจความแตกต่างของชุมชนแต่ละแห่ง ตลอดจนเกิดทัศนคติที่ดี ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆจากการได้ท่องเที่ยวไปในแต่ละชุมชน

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว

(เดชา ไต้งสูงเนิน, 2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือที่มีอำนาจให้มีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ได้เป็นอย่างมากถ้าการจัดการและการบริหารที่ดี ก็จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาตินั้นได้โดยไม่ได้ทำให้มันเสื่อมโทรมลง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการวางแผนวางนโยบายที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับความคิดเห็น และเหตุผลของคนในท้องถิ่น เพื่อจะได้ให้การส่งเสริมในระดับชาตินโยบายควรจะลงไปในแต่ละด้าน โดยพิจารณาปัจจัยที่สำคัญพื้นฐานของชุมชนถ้าเป็นไปได้ ก็ควรจะให้มีการแข่งขันเพื่อเพิ่มจุดเด่นในตลาด การสร้างแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนตลอดไป การตอบสนองนั้นต้องไม่มีการกีดกันในการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ด้วย

(Adhikary, M, 1995 อ้างอิงใน เดชา ไต้งสูงเนิน, 2543) ได้เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว (7's Model) เพื่อมาปรับใช้กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความผสมผสานกลมกลืนกันระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งต้องประกอบด้วยกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ และต้องเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วย เช่น บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อที่จะสามารถหากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้น

2. โครงสร้างองค์กร (Structure) หมายถึง โครงสร้างในองค์กรซึ่งควรจะเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับขั้นและการแบ่งหน้าที่ที่เหมาะสม เพราะมีโครงสร้างที่ดีจะเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ในบางประเทศกระทรวงการท่องเที่ยวจะเป็นผู้จัดการ และดูแลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งองค์กรการท่องเที่ยวระดับชาติ เจ้าของธุรกิจการท่องเที่ยว ตัวแทนการท่องเที่ยวของภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งกลุ่มเจ้าของ

โรงแรม ที่พัก ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ โดยแต่ละหน่วยจะทำงานในลักษณะ เชื่อมโยงกัน มีเครือข่ายจัดการที่เหมาะสม เช่น ถ้ามีแนวคิดทางระบบนิเวศ แนวคิดนี้ก็สามารถเข้าไปในนโยบายของกระทรวง และสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในทุกระดับทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นการมีโครงสร้างที่ดีและเป็นรูปธรรมก็สามารถทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามโครงสร้างองค์กรยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI ด้วยซึ่งหมายถึง ความรับผิดชอบ (Responsibility) หน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข้อมูลข่าวสาร (Information) เพราะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก็เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ ที่จะต้องมีผู้มีอำนาจคอยควบคุมดูแลแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไปตามลำดับขั้น มีผู้นำมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ และที่สำคัญคือ การให้ข่าวสารข้อมูล แก่นักท่องเที่ยวซึ่งควรเริ่มตั้งแต่จุดแรกที่นักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง

3. ระบบการจัดการ (System) หมายถึง ระบบในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายที่ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่นๆ ด้วย โดยทุกระบบต้องมีการประสานการร่วมมือกันและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4. บุคลากร (Staff) นับเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคัดสรรบุคคลที่มีความละเอียดรอบคอบ มีความผูกพันกับงาน มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีความจริงใจซื่อสัตย์ ทำงานดีประสบความสำเร็จและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ

5. ความรู้ ทักษะ (Skill) ในการทำงานทุกอย่างจะต้องอาศัยความชำนาญ งานจึงจะดีและมีประสิทธิภาพโดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่างคือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติต่องาน ความรู้ในงานเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการที่จะทำให้การทำงานต่างๆ มีประสิทธิภาพ ความรู้ไม่ได้หมายถึงเพียงแต่รู้ว่าทำอะไรแต่ต้องรู้ทุกอย่างว่าคืออะไร ที่ไหนอย่างไรและทำไม รวมทั้งเข้าใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ซึ่งความรู้ที่นั่นอาจเป็นความรู้ที่เป็นทางการ ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ในการทำงาน ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวควรจะมีความรู้และทักษะในงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาด้วย เพราะธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องการผู้ที่มีความรู้ความสามารถและทักษะเฉพาะทางเป็นพิเศษ

6. รูปแบบ (Style) หมายถึง รูปแบบในการดำเนินการซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบใน

การดำเนินงานที่แตกต่างกันในการจัดการ

7. การแบ่งปันการแลกเปลี่ยน (Share) หมายถึง การแบ่งปันการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ ความคิดเห็น ความรู้ ซึ่งนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จะทำให้เรารับรู้ประสบการณ์มากมายที่เป็นประโยชน์นับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น โดยเฉพาะผู้ที่เริ่มจะทำธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้นำข้อมูลต่างๆ มาวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

(โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบันดำรงราชานุภาพ, 2541) ยังได้เสนอถึงหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย

1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น
2. องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ เช่น สมาคมตำบล องค์กรบริหารส่วนตำบล กำนันผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการองค์กรประชาชนอื่นๆ
3. ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคกัน

กล่าวโดยสรุป การจัดการการท่องเที่ยว ก็คือ การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ มิฉะนั้นการจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทาง

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การพัฒนาแบบยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ตามข้อตกลงระหว่างประเทศ ประกอบด้วยหลักการต่อไปนี้

1.1 สิ่งแวดล้อมเป็นทรัพย์สินสมบัติที่สำคัญและมีค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาไว้ให้มีสภาพเหมือนเดิมสำหรับลูกหลานในอนาคต มิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น

1.2 การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกประโยชน์ให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายความว่า มิใช่ให้นักท่องเที่ยวแสวงหา

ผลประโยชน์จากชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควรได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย

1.3 การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลกระทบต่อพัฒนาแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายทรัพยากร ก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคต หรือส่งผลกระทบต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม

1.4 กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะยอมรับสภาพธรรมชาติและลักษณะของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดเปราะบางทางธรรมชาติมากเกินไป ก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว จำกัดกิจกรรมและเวลาของการท่องเที่ยว

1.5 ความกลมกลืนที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว

1.6 การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาแบบยั่งยืน

1.7 องค์การทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมต้องยอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่แท้จริง

2. ปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(สมาชิกขององค์การการท่องเที่ยวโลก, 1999) ได้ตกลงยึดถือปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

2.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรจะคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เพื่อให้บรรลุการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ มีความต่อเนื่องและยั่งยืนในอันที่จะสามารถสนองตอบต่อความจำเป็น และความหวังของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคตอย่างเท่าเทียมกัน

2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ที่นำไปสู่การประหยัดทรัพยากรที่มีค่าและหายาก โดยเฉพาะน้ำและพลังงาน รวมทั้งการหลีกเลี่ยงการผลิตของเสียเท่าที่เป็นไปได้ การพัฒนาเหล่านี้ควรได้รับสิทธิพิเศษและควรได้รับการส่งเสริมจากประเทศ ภูมิภาค และองค์กรสาธารณชนท้องถิ่น

2.3 การแสวงหาความแตกต่างระหว่างเวลาและสถานที่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนในช่วงวันลาพักผ่อนและวันหยุดของโรงเรียน เพื่อให้มีการกระจายการพักผ่อนตลอดปี ทั้งนี้เพื่อกระจายการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอีกด้วย

2.4 การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรจัดในแนวทางที่จะรักษามรดกทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วยระบบนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีววิทยา และเพื่อรักษาชีวิตสัตว์หายากที่ตกอยู่ในภาวะอันตราย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิชาชีพต่างๆควรมีข้อตกลงที่จะกำหนดหรือจำกัดกิจกรรมของตนในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหว เช่น ทะเลทราย ขั้วโลกหรือพื้นที่เขาสูง พื้นที่ชายฝั่ง ป่าเมืองร้อนหรือพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยการสร้างพื้นที่สงวนธรรมชาติหรือเขตคุ้มครอง

2.5 การท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นที่ยอมรับว่าเป็นหนทางไปสู่การเสริมและทำให้การท่องเที่ยวมีความงดงาม แต่ทั้งนี้ต้องเคารพต่อมรดกธรรมชาติและประชากรท้องถิ่น และต้องอยู่ในขีดความสามารถที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบกรับได้

3. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542, หน้า 73-77) ได้อธิบายถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนา 3 ด้านด้วยกัน คือ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

3.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาที่สำคัญ 3 ด้าน คือ

3.1.1 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและระบบสัญจรในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในด้านต่างๆ คือ

- 1) ถนน
- 2) ที่จอดรถ
- 3) ทางเดินเท้า
- 4) ทางรถจักรยานและที่จอดรถจักรยาน
- 5) ทางเดินป่า
- 6) ทางซิป่า ซิป่า
- 7) ท่าเรือหรือแพ

3.1.2 การพัฒนาด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง คือ

- 1) ที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว
- 2) สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- 4) ที่พักนักท่องเที่ยว
- 5) ห้องน้ำสาธารณะ
- 6) ศาลาหรือซุ้มพักผ่อน
- 7) ร้านค้า ร้านอาหาร
- 8) บ้านพักพนักงาน

3.1.3 การพัฒนาสิ่งประกอบบริเวณในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนา ดังนี้

- 1) ซุ้มทางเข้า
- 2) ป้ายสื่อและความหมาย
- 3) ลานกิจกรรม
- 4) สวนหย่อม
- 5) กระจ่างและที่ปลูกต้นไม้
- 6) ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้
- 7) ระบบแสงสว่าง
- 8) ระบบน้ำใช้
- 9) ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย
- 10) ระบบกำจัดขยะมูลฝอย
- 11) รั้ว กำแพง
- 12) สะพาน ขั้บันได และอื่นๆ

3.2 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาที่สำคัญ 5 ด้าน คือ

- 3.2.1 ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว
- 3.2.2 ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ
- 3.2.3 ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ภายในแหล่งท่องเที่ยว

3.2.4 ความปลอดภัยจากการหลงทาง

3.2.5 ความปลอดภัยจากธรรมชาติ

3.3 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทางด้านป้ายแหล่งท่องเที่ยว
เป็นการพัฒนาในเรื่อง ดังนี้

3.3.1 ป้ายต้อนรับเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3.3.2 ป้ายชี้ทางแหล่งท่องเที่ยว

3.3.3 ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

(ชัยวุฒิ ชัยพันธ์, 2542, หน้า 308-309) การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนนั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม พร้อมไปกับการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนนั้นพึ่งพาอยู่ ความสำเร็จในการพัฒนาดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนในท้องถิ่นได้รับอำนาจตามกฎหมายให้มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ ตลอดจนมีกระบวนการในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง หมายความว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาดังกล่าว ได้มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนโดยตรง ดังนั้น ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องมีการประเมินปฏิบัติการตอบสนองของประชาชนที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดและปรัชญาในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มทฤษฎีพัฒนาการสมัยใหม่ กลุ่มทฤษฎีการพึ่งพา กลุ่มนีโอคลาสสิก และกลุ่มทฤษฎีการพัฒนาบนทางเลือกใหม่

กลุ่มนักพัฒนาสมัยใหม่ เชื่อว่าการไปสร้างหรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชนบทห่างไกลจะดึงความเจริญให้เกิดขึ้น และรายได้ที่เกิดขึ้นจากความเจริญดังกล่าวก็จะกระจายไปยังกลุ่มต่างๆ ของสังคม กลุ่มทฤษฎีการพึ่งพา แนะนำให้พึ่งพาตัวเองเป็นหลัก กลุ่มนีโอคลาสสิก แนะนำให้เปิดเสรีทั้งทั้งด้านการค้าและการลงทุน เน้นภาคเอกชนเป็นหลัก และส่งเสริมนักลงทุนจากต่างประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และกลุ่มสุดท้ายเรียกว่าการพัฒนาบนทางเลือกใหม่ ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การอนุรักษ์ การพัฒนาที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม เน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวมีปัจจัยที่สำคัญที่ประกอบไปด้วย การคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การประหยัดทรัพยากรการท่องเที่ยว การกระจายการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีความตระหนักในเรื่องการรักษา เคารพต่อมรดกทางธรรมชาติ

และประชากรท้องถิ่น และสิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกในการพัฒนาการท่องเที่ยวก็คือการพัฒนาความสะดวกทั่วยุไป การพัฒนาด้านความปลอดภัย และการพัฒนาด้านป้ายบอกทางตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Vroom (1964) “กล่าวว่า ทักษะและความพึงพอใจนั้นสามารถที่จะใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำหมายถึง ผลของการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยที่ทัศนคติด้านบวกจะแสดงถึงสภาพความพึงพอใจและทัศนคติด้านลบจะแสดงถึงความไม่พึงพอใจในสิ่งนั้น”

Maslow (1970) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ว่า”มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอ และเป็นที่ยากมากที่มนุษย์จะมีความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความปรารถนาอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้วก็มีมีความปรารถนาอย่างอื่นเข้ามาแทนที่ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ”

Wolman (1973) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง “ความรู้สึก (Feeling) ที่มีความสุขเมื่อคนเราได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ”

Shellery (1975) ได้กล่าวว่า “ทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ซึ่งเป็นความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์ ความรู้สึกทางบวกคือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ส่วนความรู้สึกทางลบคือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความไม่สบายใจ ความรู้สึกทางบวกทางลบและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน ระบบความความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามเรียกว่า ระบบความพอใจ”

(Mullins, 1985) ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ในหลายๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในงานทางด้านปริมาณและคุณภาพ โดยเกิดจากแรงผลักดันในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะสนองตอบต่อความต้องการ หรือความคาดหวังที่มีอยู่เมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีการแบ่งความหมายออกเป็น 2 นัย คือ

1. การยึดสถานการซื้อเป็นหลัก หมายถึง ความพึงพอใจที่เป็นผลที่เกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. การยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก หมายถึง ความพึงพอใจที่เป็นผลเกิดขึ้นจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือการบริการในระยะเวลาหนึ่ง ตัวอย่างเช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกที่จะมารับบริการจากธุรกิจนำเที่ยว นักท่องเที่ยวย่อมมีความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับ เมื่อได้รับบริการแล้วตั้งแต่การติดต่อ จนถึงในขณะนำเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสาร ความเอาใจใส่ โดยนักท่องเที่ยวย่อมทำการเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับ จากการให้บริการของผู้ให้บริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการนั้น จากนั้นจึงประเมินออกมา หากการบริการที่ได้รับมีระดับเท่ากัน หรือมากกว่าความคาดหวังต่อบริการนั้น ก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจ แต่หากการบริการที่ได้รับมีระดับต่ำกว่าความคาดหวังต่อบริการที่มี ก็จะเกิดเป็นความไม่พึงพอใจในบริการนั้นนั่นเอง

หลุยส์ จำปาเทศ (2533) “กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สันเกตได้จากสายตาคำพูดและการแสดงออก ความพึงพอใจจะลดความเครียดที่มีอยู่ แต่ถ้าเมื่อใดความพึงพอใจนั้นไม่สามารถบรรลุได้ความพึงพอใจที่มีอยู่ก็จะเป็นการลดเวลาที่นานออกไปอาจทำให้ความเครียดนั้นเพิ่มขึ้นได้เสมอ หรือเรียกว่า อารมณ์สะสม”

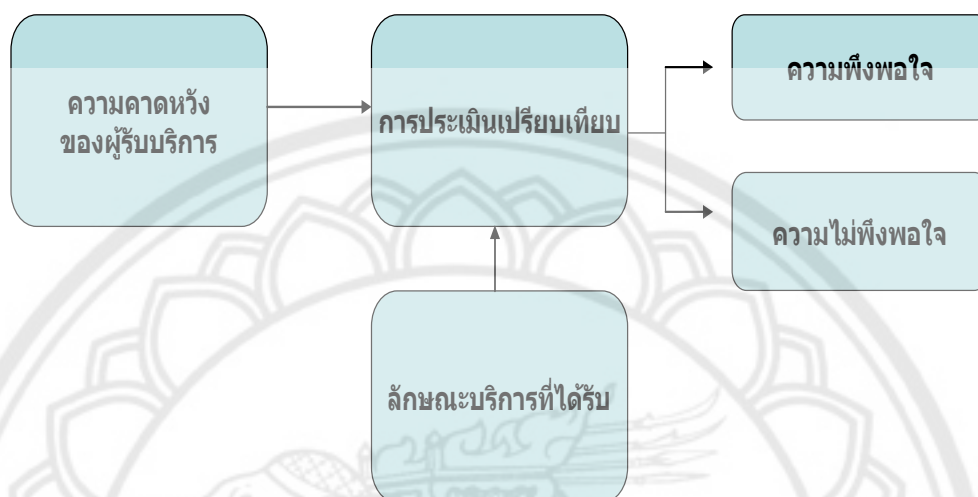
พิณ ทองพูน (2545) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติต่อบุคคล ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งทางวัตถุและจิตใจ”

(เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ, 2548) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีการแบ่งความหมายออกเป็น 2 นัย คือ

1. การยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก หมายถึง ความพึงพอใจที่เป็นผลเกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. การยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก หมายถึง ความพึงพอใจที่เป็นผลเกิดขึ้นมาจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่าง ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง ตัวอย่าง เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกที่จะมารับบริการจากธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวย่อมมีความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับ เมื่อได้รับการบริการแล้วตั้งแต่การติดต่อจนถึงในขณะนำเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสาร ความเอาใจใส่ โดยนักท่องเที่ยวย่อมทำการเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจากการให้บริการของผู้ให้บริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการนั้น จากนั้นจึงประเมินออกมา หากการบริการที่ได้รับมีระดับเท่ากันหรือมากกว่าความ

คาดหวังต่อบริการนั้นก็จะเป็นความพึงพอใจ แต่หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังต่อบริการที่มีก็จะเกิดเป็นความไม่พึงพอใจในบริการนั้นนั่นเอง ซึ่งสรุปได้ดังภาพ



ภาพ 2 แสดงกระบวนการเกิดความพึงพอใจในการบริการ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นระดับของความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีลักษณะของความพึงพอใจในบริการ เป็นพฤติกรรมการแสดงออกในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์อันใดอันหนึ่งซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยแวดล้อมและตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญต่อการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นอย่างยิ่งเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ตอบสนองตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการและคุณภาพในงานบริการ

1. แนวคิด เกี่ยวกับการให้บริการ

Gronroos (1993) กล่าวว่าบริการ หมายถึง “กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อยจับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกรณีเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับพนักงานบริการ และ / หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า และ / หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า”

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539, หน้า 6) “การบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่อไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผลิตผลออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ หรือสิ่งประเทืองหรือเชื้ออำนาจจิตวิทยา”

สมิต สัจฉกร (2542) กล่าวว่า “การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดว่าเป็นการบริการทั้งสิ้น”

(เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์, 2546) ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการไว้ว่า การบริการระดับมืออาชีพ (Professional Service) โดยเฉพาะการบริการในโรงแรม พนักงานบริการต้องใช้การฝึกฝนและเรียนรู้งานนานนับปีกว่าจะได้มาตรฐานการบริการตามที่โรงแรมกำหนด โดยเฉพาะเราสามารถสังเกตได้จากการพิจารณาตำแหน่งงานต่างๆ หรือการเลื่อนขั้นพนักงานของหลายโรงแรม ที่ทางโรงแรมมักจะพิจารณาจากอายุงานและประสบการณ์การทำงานของพนักงานอย่างน้อยหนึ่งปีเป็นหลัก

2. แนวคิด เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ

(พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2546, หน้า 20-27) กล่าวถึงแนวความคิดของ Richard F. Gerson ที่ได้ให้ความหมายของ “คุณภาพ” ในมุมมองของลูกค้าว่า สิ่งใดก็ตามที่ลูกค้ารู้สึกและรับรู้ถึงเมื่อใช้สินค้าหรือบริการของเราด้วยความพึงพอใจและพูดถึงอยู่เสมอ

ระหว่างคำว่า คุณภาพ การบริการ และความพึงพอใจ จะเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน หากพิจารณาคุณภาพและการบริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้ามองและพูดถึงว่าเป็นอย่างไร ไม่ใช่สิ่งที่เราบอกว่าเป็นอย่างไร ส่วนความพึงพอใจนั้นเป็นการรับรู้ในใจของลูกค้าว่าความคาดหวังของเขาได้รับการตอบสนองหรือไม่ เพียงใด หากเราสามารถตอบสนองด้านคุณภาพและบริการได้ตามที่ลูกค้าคาดหวัง ความพึงพอใจก็จะเกิดตามมา และนำพาลูกค้ารายใหม่ๆ เข้ามา ซึ่งกลุ่มลูกค้าใหม่นี้จะแนะนำลูกค้าอื่นๆ เพิ่มเติมเข้ามาอีกเป็นกระบวนการต่อเนื่องต่อไป

การบริหารคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2546, หน้า 134-139) กล่าวถึงแนวความคิดของ Richard F. Gerson ที่ได้อธิบายถึงการบริหารคุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเชิงรุก 10 ประการ คือ

1. ทุกๆ คน ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่เพื่อลูกค้า องค์กรจะต้องเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้าในทุกๆ ส่วนงานอย่างสมบูรณ์
2. ทำความรู้จักลูกค้าอย่างใกล้ชิด การรู้จักกับลูกค้าจะสร้างความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เพราะบริษัทกำลังเสนอสิ่งที่ลูกค้าปรารถนาและเรียกร้องอย่างแท้จริง การพูดคุยโดยตรงกับลูกค้า ถามคำถาม ทำการสำรวจ สร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อเรียนรู้ลูกค้าว่าลูกค้าเป็นใคร อะไรคือสิ่งที่เขาต้องการ และสนองตอบความต้องการของลูกค้านั้น
3. สร้างคุณภาพจากภายใน เมื่อทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร จงให้สิ่งนั้นแก่ลูกค้า ด้วยคุณภาพระดับสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และจะลืกลืมว่าคุณภาพอะไรก็ตามที่ลูกค้าพูดว่า จะต้องเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ เราก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกวัน สร้างคุณภาพสินค้าและบริการ ตั้งแต่เริ่มแรกทีเดียว
4. พัฒนาแนวทางสู่การปลูกจิตสำนึกให้รักลูกค้า การให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเดียวนั้นยังไม่พอเพียง จะต้องรักลูกค้าอย่างที่เราอยากให้ลูกค้ารักเรา มุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้าแบบฝังรากลึก และอุทิศเต็มกำลังในการให้บริการเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเราและธุรกิจของเรา
5. การฝึกอบรมพนักงาน พนักงานเป็นองค์ประกอบอันหนึ่งของการสร้างคุณภาพ และทำให้ลูกค้าพึงพอใจ การทำให้งานบริการลูกค้าและคุณภาพดีขึ้นเป็นหน้าที่ของทุกคน จึงจำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานในองค์กร ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านที่เกี่ยวกับงานบริการ
6. ให้อำนาจกับพนักงาน การฝึกอบรมให้พนักงานสร้างงานคุณภาพ ให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดีเลิศ และมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เท่านั้นไม่เพียงพอ จะต้องให้อำนาจกับพนักงานด้วย ในการที่จะทำสิ่งใดก็ได้ที่จะรับประกันได้ว่าลูกค้ารู้สึกได้รับความพึงพอใจ
7. วัดและประเมินผลด้วยเหตุผล 2 ประการ ประการแรกคือ สิ่งใดก็ตามที่ได้รับรางวัลและประเมิน จะได้รับการสานต่อให้สำเร็จ ประการที่สอง การวัดและประเมินผลเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น การวัดผลงานพนักงานและตัวเรา วัดคุณภาพสินค้าและบริการ และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็นและเหมาะสม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลต่างๆ
8. ชื่นชมและให้รางวัลตอบแทนแก่พนักงานและลูกค้า แสดงความชื่นชมต่อพนักงานสำหรับการปฏิบัติงานที่ดี จะทำให้เขารู้สึกว่าเขาใส่ใจต่อพวกเขาในฐานะผู้ร่วมงาน แสดงให้ลูกค้าเห็นว่าเราชื่นชมในกิจการของเขา ทำให้เขารู้สึกว่าเขาใส่ใจต่อพวกเขาในฐานะที่เป็นบุคคลสำคัญ

9. ออกจากวิถีทางเดิมๆ ทุกคนต่างมุ่งแสวงหาสิ่งต่างๆ ที่คุ้มค่างบเงินที่เสียไป และคู่แข่งต่างก็ให้คุณภาพและคุณค่าแก่ลูกค้า เราต้องสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจด้วยวิธีการใหม่ๆ ที่แตกต่างจากวิธีเดิมๆ ให้สิ่งที่เป็นประโยชน์เป็นคุณค่าเสริมให้กับลูกค้ามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจที่พวกเขาไม่เคยคิดหรือคาดหวังไว้

10. ทำให้ดียิ่งกว่า ในภาวะการแข่งขันรุนแรง หากสำรวจพบว่าลูกค้าบอกว่าคุณภาพของเรายอดเยี่ยมและบริการเป็นเลิศ และรู้สึกพึงพอใจอย่างยิ่งกับวิถีปฏิบัติของเรา เราจะต้องมองหาแนวทางใหม่ๆ ที่ทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำนั้นดียิ่งขึ้นกว่าเดิม คุณภาพสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เสมอ เช่นเดียวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าก็สามารถทำให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นได้

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการให้บริการ คือ การกระทำที่บุคคลหนึ่งส่งมอบต่อไปให้กับอีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับ โดยใช้ความสามารถและกระบวนการบริหารการบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการ หรือการบริหารความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อองค์กร นอกจากนี้ พาราซูรามานและคณะสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้การบริการที่ได้รับของผู้รับบริการนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจระดับคุณภาพของการให้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(อนันต์ สุรพัฒน์, 2541) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบเชิงพื้นที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ คือ เพศ อาชีพ ระยะเวลาในการอาศัยอยู่ในชุมชน และระดับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์

2. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางพื้นที่ ในส่วนของความแตกต่างในเรื่องของระยะทาง

3. ในด้านอุปสรรค การศึกษาวิจัยพบว่า กระบวนการในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังมีไม่มากพอและยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

(มธุรส ปราบไพรี, 2543) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว กรณี ชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ชาวไทยทรงดำมีศักยภาพในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีการร่วมกลุ่มทำงานของสมาชิกโครงการ ฯ โดยมีผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ มีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมที่สามารถสืบทอดและถ่ายทอด มีการดำเนินรูปแบบทางเศรษฐกิจแบบทวิลักษณ์เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ นอกจากนี้ชุมชนยังมีศักยภาพในด้านลักษณะภูมิประเทศ การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้

2. ปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดศักยภาพในชุมชน ได้แก่ วัฒนธรรมที่เข้มแข็ง การพึ่งตนเองของชุมชนโดยอาศัยปัจจัยในชุมชนที่มีอาชีพและรายได้ ชุมชนมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาได้เสนอแนะว่าควรมีการบูรณาการเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนเข้าสู่ระบบการเรียนการสอนของท้องถิ่น การเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชน การให้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ หน่วยงานในท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสริม และการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชน

(นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่าประชาชนในชุมชนคีรีวงมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมิติที่หลากหลาย โดยสรุปได้เป็น 3 ประเด็น คือ 1. การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย 2. การท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตกับชาวบ้าน 3. การจัดการที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ 1. การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ 2. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก 3. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบน้อย 4. การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ ในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ผู้นำชุมชนคีรีวงมีบทบาทสำคัญซึ่งประกอบด้วยผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้อาวุโส ประธาน และกรรมการ กลุ่มในองค์กรในชุมชนโดยผู้นำชุมชนเหล่านี้มีบทบาทร่วมกันในฐานะกรรมการชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง ตั้งแต่การก่อตั้งชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง การกำหนดแผนการจัดการ

กฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ปัญหา สำหรับปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง เกิดขึ้นจาก 1. ปัจจัยภายในชุมชน ได้แก่ ความสับสนด้านข้อมูล ความขัดแย้งระหว่างผู้นำ การประสานงานไม่ราบรื่น ชาวบ้านให้ความสำคัญกับอาชีพการทำสวน การปฏิบัติอย่างขัดแย้งกับแนวคิดการอนุรักษ์ ประธานชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คีรีวงขาดอำนาจ และอบต. ไม่ดำเนินการ 2. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การรูดจาก ททท. จนชุมชนตั้งรับไม่ทัน ส่วนแนวทางการแก้ไข ปัญหาในทรรศนะของชาวคีรีวง คือ ใช้ความสัมพันธ์ในระบบเครือข่าย การเลือกตั้ง คณะกรรมการชุดใหม่ การเปลี่ยนแปลงแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนใหม่ และให้ อบต. เข้ามามีบทบาทในการออกข้อบังคับ รวมทั้งแผนการจัดการในเชิงนโยบาย

(ชลธิชา เทียมเทพ, 2546) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้ทราบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของตลาดริมน้ำดอนหวาย เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของตลาดริมน้ำดอนหวาย และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำดอนหวาย การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระเจิก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 174 ราย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุมากกว่า 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว และเคยท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแล้ว 2-4 ครั้ง จากการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระเจิก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าอยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ อายุ สถานภาพทางสังคม การศึกษา รายได้ และประสบการณ์การมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

ข้อเสนอแนะ

1. ทางอบต. ในพื้นที่ตำบลบางกระเจิก และคณะกรรมการของวัดดินหวายจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในการแก้ไขปัญหาไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการสถานที่ตลาดริมน้ำ ปัญหาการอำนวยความสะดวกด้านการจราจรภายในบริเวณตลาดริมน้ำ ด้านให้บริการที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดริมน้ำ การให้บริการร้านค้ากับนักท่องเที่ยวและการให้บริการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทางอบต. และคณะกรรมการวัดจะต้องสร้างความเข้าใจในชุมชนและชาชน

(มธุวรรณ พลวัน, 2546) การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่

เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอดำรงวิทยารัชมังคลาภิเษก จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อให้ทราบว่ นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้อย่างไร และอะไรเป็นสาเหตุให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำแห่งนี้ รวมถึงเพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ผลการศึกษาวิจัย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 215 คน พบว่ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง (ร้อยละ 59.1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-30 ปี (ร้อยละ 42.3) เป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 53.0) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ / องค์กรอิสระ(ร้อยละ 27.0) รายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระหว่าง 5,000-20,000 บาท (ร้อยละ 61.9) และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ (ร้อยละ 42.3)

ผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณลักษณะทางกายภาพ 2 เรื่อง คือ สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ของตลาดน้ำและในด้านการบริการการเที่ยว 1 เรื่อง คือ อธิยาศัยของคนในชุมชน ส่วนการจัดการด้านการเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความเพียงพอและความสะดวกในการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ถังขยะ และสุขาสาธารณะ ซึ่งเป็นส่วนที่ควรปรับปรุงแก้ไข

(กันยารัตน์ เบี้ยกลาง, 2549) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออก และศึกษาปัญหาหรืออุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

คือ ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศโดยรวม และมีมิติต่างๆ ได้แก่ 1. เสื้อผ้า สิ่งทอ และเครื่องประดับ 2. ของที่ระลึก 3. อาหาร 4. สินค้าเกษตร แร่ธาตุ และเชื้อเพลิง 5. ของตกแต่งบ้าน จำนวน 375 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ โดยรวม มิติต่างๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ทักษะความสามารถในการให้บริการ การตอบสนองของความพึงพอใจแก่ลูกค้า บุคลิกภาพและความสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและการให้บริการ มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก 2. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออก พบว่า บริษัทผู้ส่งออกที่ประกอบธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศโดยรวม และคุณภาพการบริการทุกมิติแตกต่างกัน 3. ปัญหาและอุปสรรคที่บริษัทขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศควรปรับปรุง คือ ระบบการจัดเก็บข้อมูลการขนส่งสินค้า มีการรายงานสถานะของสินค้าตามความถี่ของผู้ใช้บริการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ และมีการรักษาความปลอดภัยของสินค้า

(เกษม ภูธรรมะ, 2543) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการบริการรักษาความปลอดภัย การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างมีคุณภาพ เพื่อศึกษาหาแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อประเมินผลการให้บริการที่ได้ดำเนินการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มี 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่มีอยู่ทั้งหมด จำนวน 167 คน และ 2. กลุ่มผู้รับบริการ จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ภายหลังจากทราบปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการแล้วผู้ศึกษาได้ใส่กิจกรรมแทรกแซงเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการรักษาความปลอดภัย ดังนี้ 1. ด้านผู้ให้บริการ แจกคู่มือปฏิบัติหน้าที่ และความรู้เรื่องระเบียบวินัยฝึกรอบรมให้ความรู้เพิ่มพูนทักษะด้านบริการจรรยาบรรณการตรวจตราพื้นที่เพื่อป้องกันการก่ออาชญากรรม จัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้เพียงพอกับความต้องการ ผู้บริหารร่วมออกปฏิบัติงานบางครั้งกับผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความอบอุ่นใจในการปฏิบัติงาน 2. ด้านผู้รับบริการแจกแผ่นพับแนะนำบทบาทหน้าที่และภารกิจของงานรักษาความปลอดภัย 3. ด้านการบริหารจัดการ กำหนดนโยบาย

และแผนปฏิบัติงานให้ชัดเจน ประชุมวางแผนแบ่งงานก่อนออกปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละวันให้ชัดเจน จัดให้มีป้ายประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการติดต่อราชการและแจ้งเหตุ เพิ่มจุดรับแจ้งเหตุให้ทั่วถึง พัฒนาอาคารสำนักงานรักษาความปลอดภัยให้สะอาดเหมาะสมแก่การใช้บริการติดตามนิเทศการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ภายหลังจากให้กิจกรรมแทรกแซง ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจในอำนาจหน้าที่ของตนเองมากขึ้น มีความมั่นใจในการทำงาน กล้าตัดสินใจ มีขวัญกำลังใจเพิ่มขึ้น เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการทำงานและมีความเต็มใจในการให้บริการมากขึ้น

(Ndhlovu, 2001) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “ความสามารถแห่งตน (Self - efficacy) ความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (demographic factors) ของพนักงานโรงแรมที่ให้บริการลูกค้าและการรับรู้ข้อมูล (perception) ของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรมในประเทศจามาอิก้า “ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงความสามารถแห่งตน ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงแรมที่ให้บริการลูกค้า จะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ และระดับการศึกษาหรือไม่ นอกจากนี้ยังได้ศึกษา การรับรู้ของลูกค้าในด้านการใช้บริการของโรงแรมมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ และระดับการศึกษาหรือไม่ เครื่องทดสอบเชิงประจักษ์ (empirical test) ที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้มีความแม่นยำ (validity) ได้แก่ 1) มาตรวัดความเชื่อส่วนบุคคล (personal belief scale) ของ Riggs, Warka, Babasa, Betancourt และ Hooker เพื่อใช้วัดความสามารถแห่งตน 2) มาตรวัดมินิโซต้า (Minnesota Scale : MSQ – short form) ของ Lofquist เพื่อใช้วัดความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน และ 3) มาตรวัดการรับรู้คุณภาพการบริการ (perceived service quality scale) ของ Ferrell เพื่อใช้วัดการรับรู้ข้อมูลของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของการบริการของโรงแรม การศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงแรมระดับ 5 ดาว หลายแห่งในประเทศจามาอิก้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำนวน 250 คน และพนักงานจำนวน 250 คน สำหรับในส่วน of พนักงานของโรงแรมได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของพนักงานฝ่ายต่างๆ ได้แก่ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า แม่บ้าน อาหารและเครื่องดื่ม บริการอาหารในห้องพัก บริการผู้ช่วยพิเศษ ฝ่ายซ่อมบำรุง ฝ่ายขาย สักรองห้องพัก และฝ่ายรักษาความปลอดภัย อัตราการตอบกลับของลูกค้าสูงถึงร้อยละ 96.4 และพนักงานร้อยละ 64 สถิติที่ใช้พารามิเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) วิเคราะห์ค่าที (t-test) และการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) ส่วนการทดสอบระดับนัยสำคัญทาง

สถิติได้ใช้ค่า p เท่ากับ 0.05 เพื่อตัดระดับการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานว่าง (null hypothesis) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันมีค่านัยสำคัญเชิงบวกในเรื่องความสามารถแห่งตน และความพึงพอใจในงาน กล่าวคือค่าความสามารถแห่งตนและความพึงพอใจในงานไม่แตกต่างกัน ไปตามกันตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ และระดับการศึกษา ข้อคิดดังกล่าวสอดคล้องกับนักวิจัยหลายคนที่ได้โต้เถียงกันว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดของคุณภาพของการให้บริการ คือ เจตคติ (attitude) และพฤติกรรมพนักงานต้อนรับในระหว่างการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแบบตัวต่อตัว (face to face interactions) ส่วนการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการของลูกค้าจะมีความแตกต่างกันไปตามระดับอายุและระดับการศึกษา แต่ไม่แตกต่างกันไปตามเพศ ซึ่งผู้วิจัยในครั้งนี้ได้ยืนยันว่า ผลที่ได้รับมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เคยมีการทำกันมาก่อนหน้านี้อีกด้วย

(พิมพ์ชนก ศันสนีย์, 2540) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และสถานภาพการสมรสแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการที่กำหนดคุณภาพการบริการต่างกัน แต่ไม่พบว่าผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรด้านอาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการที่กำหนดคุณภาพของการบริการแตกต่างกัน

(อรุณี ปัญญามูลวงษา, 2542) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่สุภาพ เป็นกันเอง สามารถไว้วางใจได้ เข้าใจในลูกค้า มีความรับผิดชอบ บริการได้อย่างทันใจและมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ส่วนบริการของที่พักตากอากาศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการบริการของห้องพัก บริการรถรับ-ส่ง บริการฝากข้อความ และบริการจักรยานฟรีสำหรับลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเครื่องทำน้ำอุ่น ฝักบัว ตู้เย็นและพัดลม

(Kirk L. Wakefield and Jeffrey G. Blodgett, 1994) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง “The Importance of Serviceescapes in Leisure Service Setting” พบว่าอิทธิพลของบรรยากาศสภาพของสถานที่ที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรให้ความสนใจถึงส่วนประกอบทั้งหมดของการให้บริการ ไม่เพียงแต่วิธีการให้บริการเท่านั้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ผสมผสานกับการวิจัยคุณภาพ (Qualitative Method) ในการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นการสำรวจข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) ซึ่งมีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3. กระบวนและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. กลุ่มตัวอย่าง เลือกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 184,088 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Tara Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา และผู้ประกอบการร้านค้าตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 15 คน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ

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

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

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% หรือ 0.05

การคำนวณ ด้วย Taro Yamane

นักท่องเที่ยวชาวไทย 184,088 คน ต้องการความเชื่อมั่น 95 % (ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05%) ดังนั้นแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{184,088}{(1 + 184,088 (0.05)^2)}$$

$$= 399.9 \text{ คน}$$

ดังนั้นเพื่อความสะดวกจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ในเดือนตุลาคม – เดือนพฤศจิกายน 2552 โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population)

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพญา จังหวัดชลบุรี มีการกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

1. ความแตกต่างของเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพญา จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่ ราคา สินค้าที่ระลึก อาหาร กิจกรรม และการคมนาคมแตกต่างกัน
2. ความแตกต่างของเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพญา จังหวัดชลบุรี มีผลต่อศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการให้บริการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน (การทดสอบสมมติฐานจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended) เป็นแบบกำหนดคำตอบไว้โดยเรียบร้อย หรือให้เลือกคำตอบจากรายการที่กำหนดให้ (Multiple Choices) และแบบไม่ได้กำหนดคำตอบไว้เรียบร้อยให้ตอบโดยอิสระซึ่งโครงสร้างรายละเอียดและของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการ

ท่องเที่ยว มีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Scale ชนิด 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน มีลักษณะคำถามเป็น

มาตรวัดแบบ Scale ชนิด 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2. แบบสัมภาษณ์ เป็นการสร้างแบบสัมภาษณ์หลังจากได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ซึ่งเป็นการนำมาออกแบบสัมภาษณ์ (Structured Interview) แบบ Focus Group เป็นชุดคำถามประเภทปลายเปิด โดยจะนำไปสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา และผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อหาแนวทางการแก้ไขและพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และการทดสอบความน่าเชื่อถือของ

แบบสอบถาม งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาแล้วทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย เมื่อผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยทำการ แจกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า Cronbach's Alpha หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษา

กระบวนการและขั้นตอน การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ข้อมูลส่วนนี้จะมุ่งหาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และศักยภาพด้านบริการของพนักงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลต่างๆ และการศึกษาโดยการสังเกตโดยดูถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และศักยภาพการของพนักงานด้านการบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.1 ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จากมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ไปยังตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสอบถาม

2.2 ดำเนินการนำแบบสอบถามไปยังตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสอบถาม

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จะกำหนดให้ค่าอยู่ในระดับกลุ่มชั้น (National scale) และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาในรูปของการแจกแจงความถี่ และหาอัตราส่วนร้อยละ

1. เพศ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Nominal Scale
2. อายุ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Ordinal Scale
3. การศึกษา	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Ordinal Scale
4. อาชีพ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Ordinal Scale
5. รายได้	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Nominal Scale

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถาม

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

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และการแปลผลจากการแบ่งระดับการประเมินค่า 5 ระดับ ในแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการกำหนด

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดระดับคะแนน 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.08 ดังนี้

1.00-1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด
1.81-2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
2.61-3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
3.41-4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
4.21-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

2.1. จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า ที (t- test) ในกรณีเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม

2.2 ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า เอฟ (F - test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One – way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe)

การทดสอบสมมติฐานจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพื้ทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
2. ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพื้ทยา จังหวัดชลบุรี
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำสัมภาษณ์ (Structured Interview) แบบ Focus

Group

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามแล้ว พบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสามารถนำมาวิเคราะห์ผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	สถิติที่ใช้ในการพิจารณา (t-distribution)
F	แทน	สถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F-distribution or One-Way ANOVA)
Sig.	แทน	แสดงถึงความมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (degree of freedom)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำสีกาพัฒนา จังหวัดชลบุรี โดยคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคล

n = 400

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1) ชาย	167	41.8
2) หญิง	233	58.2
2. อายุ		
1) 18 - 20 ปี	46	11.5
2) 21 - 30 ปี	143	35.8
3) 31 - 40 ปี	106	26.5
4) 41 - 50 ปี	79	19.8
5) 51 ปีขึ้นไป	26	6.5
3. ระดับการศึกษา		
1) ประถมศึกษา	42	10.5
2) มัธยมศึกษา / อาชีวศึกษา	248	62.0
3)ปริญญาตรี ขึ้นไป	110	27.5
4. อาชีพ		
1) นักเรียน / นักศึกษา	123	30.8
2) ธุรกิจส่วนตัว	45	11.3
3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	14.5
4) พนักงานบริษัท	174	43.5
5) อื่นๆ	123	30.8

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
5. ระดับรายได้		
1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	117	29.3
2) 10,001 - 15,000 บาท	185	46.3
3) 15,001 - 20,000 บาท	38	9.5
4) สูงกว่า 20,000 บาท	60	15.0

จากตารางแสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.2 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 41.8 โดยมีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 อายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.5 อายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.8 อายุ 18 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอายุ 51 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา คิดเป็นร้อยละ 62.0ปริญญาตรี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.5 และประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 43.5 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 30.8 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 14.5 และประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 11.3 โดยมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.3 ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.3 สูงกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.5

ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยว

โดยลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

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

โดยกำหนดระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.08 ดังนี้

1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{x}	SD	ความพึงพอใจ
1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่	3.782	0.678	มาก
2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา	3.660	0.711	มาก
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสินค้าที่ระลึก	3.543	0.823	มาก
4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอาหาร	3.622	0.754	มาก
5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านกิจกรรม	4.041	0.622	มาก
6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการคมนาคม	4.066	0.553	มาก
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม		3.786	0.515	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านการคมนาคม โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 ลำดับต่อมาคือด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 ด้านสถานที่ 3.782 ด้านราคา 3.660 ด้านอาหาร 3.622 และด้านสินค้าที่ระลึก 3.543 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวด้านสถานที่

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1	สถานที่ตั้งมีความเหมาะสม	3.93	0.854	มาก
2	ความสะอาดและสวยงาม	3.78	0.964	มาก
3	ขนาดพื้นที่ของร้านต่างๆ มีความเหมาะสม	3.67	1.093	มาก
4	ป้ายบอกทิศทางและจุดให้บริการ	3.85	0.910	มาก
5	ความเพียงพอของที่จอดรถ	3.94	1.006	มาก
6	ความเพียงพอของห้องสุขาที่สะอาดถูกสุขลักษณะ	3.53	1.148	มาก
รวมด้านสถานที่		3.782	0.678	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.782 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในเรื่องของความเพียงพอของที่จอดรถ โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ลำดับต่อมาในเรื่องของสถานที่ตั้งมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ป้ายบอกทิศทางและจุดให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.85 ความสะอาดและสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 3.78 ขนาดพื้นที่ของร้านต่างๆ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 3.67 และความเพียงพอของห้องสุขาที่สะอาดถูกสุขลักษณะ 3.53 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1	ค่าเข้าชมมีความเหมาะสม	3.65	1.010	มาก
2	ราคาอาหารมีความเหมาะสม	3.75	0.857	มาก
3	ราคาสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.62	0.997	มาก
4	ราคากิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพมีความเหมาะสม	3.62	1.045	มาก
รวมด้านราคา		3.660	0.7119	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านราคา พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.660 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในเรื่องของราคาอาหารมีความเหมาะสมโดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ลำดับต่อมา ในเรื่องของค่าเข้าชมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ราคาสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม และราคากิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสินค้าที่ระลึก	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1	สินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นน่าสนใจ	3.60	1.043	มาก
2	สินค้ามีความหลากหลาย	3.49	1.081	มาก
3	การจัดวางสินค้ามีความดึงดูดน่าสนใจ	3.81	0.777	มาก
4	คุณภาพสินค้ามีความเหมาะสมกับราคา	3.28	1.187	ปานกลาง
รวมด้านสินค้าที่ระลึก		3.543	0.823	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสินค้าที่ระลึกพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.543 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในเรื่องของการจัดวางสินค้ามีความดึงดูดน่าสนใจ โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ลำดับต่อมา ในเรื่องของสินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 สินค้ามีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และคุณภาพสินค้ามีความเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาหาร	\bar{X}	S.D.	ความ พึงพอใจ
1	ความสะอาดของอาหาร	3.04	1.290	ปานกลาง
2	รสชาติอาหาร	4.12	0.836	มาก
3	คุณภาพอาหาร	3.49	1.113	มาก
4	ความหลากหลายของอาหาร / เครื่องดื่ม	3.47	0.991	มาก
5	ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.00	0.923	มาก
รวมด้านอาหาร		3.622	0.754	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านอาหารอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.622 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในเรื่องของรสชาติอาหาร โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ลำดับต่อมาในเรื่องของความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 คุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ความหลากหลายของ

อาหาร / เครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และความสะอาดของอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ตามลำดับ

**ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม**

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	ความ พึงพอใจ
1	กิจกรรมการแสดง	3.62	1.102	มาก
2	กิจกรรมเดินชมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา	4.24	0.601	มากที่สุด
3	กิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพ	4.12	0.597	มาก
4	กิจกรรมแปลงนาเกษตรสาธิตและเกษตรไร่นา	4.20	0.868	มาก
รวมด้านกิจกรรม		4.041	0.622	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านกิจกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในเรื่องของกิจกรรมเดินชมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ลำดับต่อมาในเรื่องของกิจกรรมแปลงนาเกษตรสาธิตและเกษตรไร่นา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 กิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และกิจกรรมการแสดง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม

ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม	\bar{X}	S.D.	ความ พึงพอใจ
1	การเดินทางไปตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา สะดวกสบาย	4.23	0.735	มากที่สุด
2	มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.14	0.678	มาก
3	สภาพถนนอยู่ในสภาพที่ดี	3.94	0.869	มาก
4	ระยะเวลาในการเดินทางเหมาะสม	3.97	0.773	มาก
รวมด้านการคมนาคม		4.066	0.553	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการคมนาคม
พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการ
คมนาคมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.066 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ใน
เรื่องของการเดินทางไปตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา สะดวกสบาย โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ
มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ลำดับต่อมาในเรื่องของมีป้ายบอกทางชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.14 ระยะเวลาในการเดินทางเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และสภาพถนนอยู่ในสภาพที่ดี มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ข้อมูลศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา
จังหวัดชลบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

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

โดยกำหนดระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.08 ดังนี้

1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของพนักงาน โดยรวม

ด้าน	ศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน	\bar{X}	S.D.	การให้บริการ
1	ศักยภาพด้านการต้อนรับ	3.839	0.544	มาก
2	ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร	3.736	0.730	มาก
3	ศักยภาพด้านความปลอดภัย	3.848	0.683	มาก
	ศักยภาพด้านการให้บริการโดยรวม	3.808	0.492	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของพนักงานโดยรวม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.808 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า พนักงานตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัย 3.848 โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.848 ลำดับต่อมาคือ ศักยภาพด้านการต้อนรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.839 และศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.736 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ พนักงานด้านการต้อนรับ

ด้าน	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านการต้อนรับ	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ให้บริการ
1	การแต่งกาย / ต้อนรับ มีความเหมาะสม	4.02	0.818	มาก
2	การทักทาย / ต้อนรับ ของพนักงาน	4.10	0.844	มาก
3	การพูดจาและการยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน	3.84	0.927	มาก
4	ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.80	1.056	มาก
5	ความมีน้ำใจช่วยเหลือในขณะที่กำลังใช้บริการ	3.65	0.970	มาก
6	การกล่าวขอบคุณและเชื้อเชิญให้มาใช้บริการใหม่ หลังใช้บริการ	3.65	1.075	มาก
รวมด้านการต้อนรับ		3.839	0.544	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ พนักงานโดยรวม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการต้อนรับโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.839 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการต้อนรับในเรื่องของ การทักทาย / ต้อนรับ ของพนักงาน โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ลำดับต่อมา คือ การแต่งกาย / ต้อนรับ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 การพูดจาและการยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความมีน้ำใจช่วยเหลือในขณะที่กำลังใช้บริการ และการกล่าวขอบคุณและเชื้อเชิญให้มาใช้บริการใหม่หลังใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ
พนักงานด้านข้อมูลข่าวสาร

ด้าน	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านข้อมูลข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ให้บริการ
1	การให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง	3.56	1.147	มาก
2	การให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนและชัดเจน	3.91	0.944	มาก
3	ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	3.74	0.953	มาก
รวมด้านข้อมูลข่าวสาร		3.736	0.730	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของพนักงานโดยรวม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.736 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพิทยาศาสตร์ จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสารในเรื่องของการให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนและชัดเจน โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ลำดับต่อมาคือ ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของ
พนักงานด้านความปลอดภัย

ด้าน	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ให้บริการ
1	มีมาตรการต่างๆในการรักษาความปลอดภัย	3.67	1.029	มาก
2	จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.84	1.040	มาก
3	การให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว	3.91	0.909	มาก
4	มีหน่วยปฐมพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยว	3.97	0.891	มาก
รวมด้านความปลอดภัย		3.848	0.683	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้บริการของพนักงานโดยรวม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัยโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.848 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัยในเรื่องของการมีหน่วยปฐมพยาบาล สำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ลำดับต่อมาคือ การให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และมีมาตรการต่างๆ ในการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปร โดยใช้ค่าสถิติ t - test และ One-Way ANOVA ในการทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ ราคา สินค้าที่ระลึก อาหาร กิจกรรม และการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เปรียบเทียบหา ความแตกต่าง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	t	Sig.
1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	-2.498	0.013*
2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา	-1.781	0.076
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก	-2.266	0.024*
4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร	-1.502	0.134
5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	-0.473	0.636
6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม	-1.223	0.222
	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม	-2.248	0.025*

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติ t - test ในการทดสอบ พบว่า ในด้าน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ
0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี
โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.013 ซึ่ง
มีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้าน
สถานที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา มีค่าระดับ
นัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.076 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของ
นักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านราคาไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.024 ซึ่งมี
ค่าน้อยกว่า 0.05

สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสินค้าที่ระลึก ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.134 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านอาหารไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.636 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านกิจกรรมไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.222 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านการคมนาคมไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

**ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล
ด้านอายุ กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว**

เปรียบเทียบ ความแตกต่าง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	df	F	Sig.
1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	4	1.419	0.227
2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา	4	0.295	0.881
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก	4	1.842	0.120
4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร	4	0.412	0.800
5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	4	0.527	0.716
6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม	4	0.559	0.693
	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม	4	0.187	0.945

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.945 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.227 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.881 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านราคาไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.120 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสินค้าที่ระลึกไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.800 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านอาหารไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.716 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านกิจกรรมไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.693 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อ

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านการคมนาคมไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เปรียบเทียบความแตกต่าง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	df	F	Sig.
1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	2	0.673	0.511
2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา	2	2.436	0.089
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก	2	0.565	0.569
4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร	2	1.263	0.284
5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	2	2.814	0.061
6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม	2	0.316	0.730
	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม	2	1.236	0.292

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.292 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เปรียบเทียบหา ความแตกต่าง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	df	F	Sig.
1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	3	0.614	0.606
2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา	3	0.481	0.695
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก	3	1.791	0.148
4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร	3	1.370	0.251
5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	3	0.387	0.763
6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม	3	0.788	0.501
	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม	3	0.981	0.402

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบพบว่า ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.402 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.606 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.695 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านราคาไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.148 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสินค้าที่ระลึกไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.251 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านอาหารไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.763 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านกิจกรรมไม่ต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.501 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านการคมนาคมไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่าง

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับรายได้ กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เปรียบเทียบหาความแตกต่าง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	df	F	Sig.
1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	3	0.483	0.695
2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา	3	0.252	0.860
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก	3	0.506	0.678
4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร	3	0.059	0.981
5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	3	0.773	0.510
6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม	3	0.356	0.785
	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม	3	0.164	0.920

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับรายได้ กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.920 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.695 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.860 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านราคาไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.678 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสินค้าที่ระลึกไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.981 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านอาหารไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.510 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านกิจกรรมไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.785 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มี

ผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านการคมนาคมไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความแตกต่างของ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี มีผลต่อศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการให้บริการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการ ด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน

เปรียบเทียบหาความแตกต่าง	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	t	Sig.
1	ศักยภาพด้านการต้อนรับ	-1.095	0.274
2	ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร	-0.604	0.546
3	ศักยภาพด้านความปลอดภัย	-0.539	0.590
	ศักยภาพการให้บริการโดยรวม	-0.953	0.341

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน โดยใช้ค่าสถิติ t - test ในการทดสอบ พบว่า ศักยภาพการให้บริการโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.341 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ศักยภาพการให้บริการในด้านการต้อนรับ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.274 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ไม่ต่างกัน

ศักยภาพการให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.546 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยงที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร ไม่ต่างกัน

ศักยภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.590 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของนักท่องเที่ยงที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านความปลอดภัย ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุของนักท่องเที่ยงที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน

เปรียบเทียบหาความแตกต่าง	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	df	F	Sig.
1	ศักยภาพด้านการต้อนรับ	4	0.432	0.786
2	ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร	4	0.430	0.787
3	ศักยภาพด้านความปลอดภัย	4	1.399	0.234
	ศักยภาพการให้บริการโดยรวม	4	0.408	0.803

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ศักยภาพการให้บริการโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.803 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยงที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

ศักยภาพการให้บริการในการต้อนรับ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.786 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยงที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในการต้อนรับ ไม่ต่างกัน

ศักยภาพการให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.787 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร ไม่ต่างกัน

ศักยภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.234 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านความปลอดภัย ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน

เปรียบเทียบความแตกต่าง	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	df	F	Sig.
1	ศักยภาพด้านการต้อนรับ	2	0.724	0.486
2	ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร	2	0.508	0.602
3	ศักยภาพด้านความปลอดภัย	2	1.435	0.239
	ศักยภาพการให้บริการโดยรวม	2	0.421	0.657

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ศักยภาพการให้บริการโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.657 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ศักยภาพการให้บริการในด้านการต้อนรับ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.486 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ไม่ต่างกัน ศักยภาพการให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.602 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุคที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร ไม่ต่างกัน ศักยภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.239 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุคที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านความปลอดภัย ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพของนักท่องเที่ยวยุคที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน

เปรียบเทียบหาความแตกต่าง	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	df	F	Sig.
1	ศักยภาพด้านการต้อนรับ	3	1.598	0.189
2	ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร	3	3.529	0.015*
3	ศักยภาพด้านความปลอดภัย	3	0.642	0.589
	ศักยภาพการให้บริการโดยรวม	3	2.415	0.066

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ศักยภาพการให้บริการโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.066 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวยุคที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ศักยภาพการให้บริการในด้านการต้อนรับ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.189 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวยุคที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ไม่ต่างกัน ศักยภาพการให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการ

ทดสอบเท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสารต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งจะทดสอบรายคู่ โดยวิธี เชฟเฟ (Scheffe) ดังตาราง 23 ศักยภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.589 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านความปลอดภัย ไม่ต่างกัน

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร

เปรียบเทียบรายคู่ด้าน ข้อมูลข่าวสาร	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ			
	นักเรียน / นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
นักเรียน / นักศึกษา	-			
ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	0.177	-	
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	0.415	0.949	-
	พนักงานบริษัท	0.027*	0.999	0.950

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพจำนวน 1 คู่ที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวที่เป็น

นักเรียน/นักศึกษา กับ พนักงานบริษัท

สมมติฐานที่ 2.5 ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับ รายได้ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน

เปรียบเทียบหาความแตกต่าง	ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	df	F	Sig.
1	ศักยภาพด้านการต้อนรับ	3	0.525	0.665
2	ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร	3	1.396	0.244
3	ศักยภาพด้านความปลอดภัย	3	1.718	0.163
	ศักยภาพการให้บริการโดยรวม	3	0.608	0.610

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับ รายได้ กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงาน โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ศักยภาพการให้บริการโดยรวม มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.610 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าศักยภาพการให้บริการในด้านการต้อนรับ มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.665 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ไม่ต่างกัน ศักยภาพการให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.244 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสาร ไม่ต่างกัน ศักยภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.163 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านความปลอดภัย ไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบ Focus Group

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้วยวิธีทำการสัมภาษณ์ แบบ Focus Group โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ดำเนินการเกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหาร พนักงาน และผู้ประกอบการ เป็นต้น ซึ่งมีประเด็นที่จะศึกษาดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยว จากการทำการสัมภาษณ์ แบบ Focus Group โดยทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน พบว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี กับกลุ่มที่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แล้ว โดยสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคเมืองพัทยา

1.1 นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางคนรู้จัก และอินเทอร์เน็ต

1.2 ในเรื่องของจุดดึงดูดหรือสิ่งที่ทำให้มีความต้องการมาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวจะให้เหตุผลว่าตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา มีความแปลก สวยงาม และกิจกรรมตามเทศกาลที่น่าสนใจ รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้สามารถเดินทางไป-กลับได้ง่าย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในบริเวณใกล้เคียงที่มากทำให้ความคุ้มค่าที่จะเดินทางมาเที่ยว

1.3 ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ คือ มีความประทับใจในด้านกิจกรรมต่างๆ ที่ทางตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้จัดขึ้น ได้แก่ การแสดงประจำภาคที่หาดูได้ยาก แปลงนาสาธิต รวมไปถึงมีการแสดงประเภทต่างๆ ได้แก่ รำกลองยาว รำกระบี่ กระบอง รำวรเชษฐ เป็นต้น รวมไปถึงมีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลวันสำคัญได้แก่วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ และมีความต้องการที่จะมาใช้บริการซ้ำในภายหลัง

1.4 สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจะปรับปรุงคือ ระดับราคาของอาหาร และสินค้าที่ระลึกที่อยู่ในระดับราคาที่สูงและไม่ค่อยมีความหลากหลายซึ่งยังไม่สามารถสร้างเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ให้เป็นจุดขายได้ สิ่งที่ต้องปรับปรุงในเรื่องต่อมาคือในเรื่องของการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งในปัจจุบันยังทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยจนเกินไป อยากให้ทางผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคเมืองพัทยา ให้มากกว่านี้

1.5 ในประเด็นคำถาม “ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไปหรือไม่” นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะกลับมา ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับโอกาสหลายๆอย่างเช่น งานเทศกาล ในช่วงเวลานั้นๆ เช่นสงกรานต์ ลอยกระทง วันสำคัญต่างๆ หรือมีการแสดง หรือกิจกรรมที่ดึงดูดใจ

2. กลุ่มที่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสีภาคเมืองพญา

2.1 นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในการมาท่องเที่ยวว่ามีความประทับใจจากการได้มาในครั้งก่อนหน้านี้ โดยจะให้ความประทับใจในเรื่องของกิจกรรม การแสดง ที่ได้จัดไว้รวมไปถึงการได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต สินค้า และ อาหาร ทั้งสีภาค รวมไปถึงระยะทางจากกรุงเทพ มาตลาดน้ำสีภาคพญานั้น ไม่ไกลมากนัก และยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่น่าสนใจอีกในบริเวณใกล้เคียง

2.2 สำหรับสิ่งที่เป็นปัญหา และอุปสรรคในการมาเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวจะมีความเห็นว่าอากาศที่ร้อน และมีปัญหาเกี่ยวกับแสงแดดนั้นเป็นปัญหาหลักในการมาเที่ยวตลาดน้ำสีภาค ทางผู้บริหารควรริบหาทางแก้ไขด้วยวิธีการต่างๆ อาจจะมีจุดบริการแจกหมวก หรือแจกน้ำดื่มฟรีสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ควรเอากำไรจากการขายร่ม ขายหมวก หรือน้ำเปล่า และเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจจากกระบวนการให้บริการแล้ว จะเป็นประโยชน์ในแง่ของธุรกิจที่มากกว่ากำไรจากการขายสิ่งของเหล่านั้น

2.3 ในประเด็นคำถาม “ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไปหรือไม่” นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะกลับมาอีก ในครั้งต่อไป ขึ้นอยู่กับโอกาส และความสะดวกในเรื่องต่างๆ แต่อยากให้ตลาดน้ำสีภาคเมืองพญา จัดกิจกรรมทุกวันสำคัญ ทั้งนี้จะได้เป็นการเน้นไปที่จุดขายหลักคือ วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต สินค้า และ อาหาร ทั้งสีภาค ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

2.4 ในประเด็นคำถาม “สิ่งที่ตลาดน้ำเมืองพญาต้องปรับปรุง” ในเรื่องของสิ่งที่นำปรับปรุงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ การทำการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไข อย่างเร่งด่วนทั้งนี้ การทำการสื่อสารการตลาดมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้อยู่บริเวณจังหวัดใกล้เคียง แทบจะไม่มีโอกาสรับรู้เลยว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมเช่นนี้อยู่ ดังนั้นทางผู้บริหารควรที่จะเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้มากกว่านี้ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ขององค์กรในแง่ของผลประโยชน์ของจังหวัด รวมไปถึงเป็นการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นเอาไว้

กลุ่มผู้บริหาร พนักงาน และผู้ประกอบการ (พ่อค้า/แม่ค้า) จากการทำการสัมภาษณ์ แบบ Focus Group โดยทำการสัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ประกอบการ (พ่อค้า/แม่ค้า) จำนวน 6 คน ในประเด็นเกี่ยวกับผลการสำรวจ และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. จากการทำการสัมภาษณ์ถึงแนวความคิดในการสร้างตลาดน้ำสี่ภาคเมืองพัทยา โดยผู้บริหารได้ให้สัมภาษณ์ดังนี้ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยาเกิดจากแนวความคิด ที่ต้องการรวบรวมวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต สินค้า และ อาหาร ของคนไทยทั้งสี่ภาคมาไว้รวมกัน ณ ที่พัทยา เนื่องจากพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกรู้จัก ถึงแม้ที่นี่จะเป็นตลาดน้ำที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ แต่ก็ถือว่าสร้างขึ้นมามีความน่าประทับใจที่ดี ด้วยพื้นที่ที่กว้างใหญ่ถึง 23 ไร่ ทำให้เรามีความรู้สึกเหมือนกับว่ากำลังเดินเที่ยวอยู่ในตามหมู่บ้านที่ยูริมลาคลองจริงๆ หลายคนที่ยังเข้ามาเที่ยวต่างเข้าใจว่า ตลาดน้ำจำลองตรงหน้าเป็นการชุบิ๊งน้ำขึ้นเอง แต่ความจริงแล้วเป็นบึงน้ำธรรมชาติ ที่ตรงนี้เมื่อก่อนเป็นปากก เจ้าของที่นี่จึงได้ทำการรื้อปากกออก โดยไม่ทราบมาก่อนว่ามีบึงน้ำขนาดใหญ่แอบซ่อนอยู่ ผู้บริหารซึ่งเป็นคนชอบอนุรักษ์จึงได้ตัดสินใจสร้างเป็นตลาดน้ำ และอยากให้เหมือนสวนสาธารณะของคนเมือง โดยเฉพาะเมืองพัทยามีแต่สถานเริงรมย์

2. จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในด้านการคมนาคม โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 ลำดับต่อมาคือด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 ด้านสถานที่ 3.782 ด้านราคา 3.660 ด้านอาหาร 3.622 และด้านสินค้าที่ระลึก 3.543 ตามลำดับ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในด้านความพึงพอใจนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ได้มีความรู้สึกพึงพอใจในภาพรวม เพราะในภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าด้านอาหาร และด้านสินค้าที่ระลึกที่เป็นปัญหาสำหรับนักท่องเที่ยวในขณะนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าที่สินค้าที่ระลึกในปัจจุบันยังขาดความเป็นเอกลักษณ์เนื่องจากว่า ที่ตลาดน้ำสี่ภาคนั้นจะเป็นการรวบรวมศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละภาคเสมือนเป็นการจำลองวัฒนธรรมในสถานที่ต่างๆมาไว้ ณ จุดเดียวจึงทำให้สินค้าที่ระลึกมีความไม่โดดเด่น ในเรื่องของราคาสินค้าที่ระลึก ราคาอาหาร ที่ค่อนข้างสูงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆด้านคือ ต้นทุนของผู้ประกอบการ ค่าเช่าของสถานที่ และค่าใช้จ่ายอื่นๆซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการกำหนดราคา ทั้งนี้ถ้ามีการส่งเสริมของภาครัฐ หรือองค์กรท้องถิ่นช่วยสนับสนุนอาจจะทำให้ราคาถูกลง

บทที่ 5

บทสรุป

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของพนักงานด้านบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพด้านการบริการของพนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตาม Yamane

โดยในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ โดยหาความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard division) การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ โดยใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถสรุปและเสนอผลการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.2 มีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 โดยมีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา คิดเป็นร้อยละ 62.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 43.5 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรีในด้านการคมนาคม โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 ลำดับต่อมาคือด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 ด้านสถานที่ 3.782 ด้านราคา 3.660 ด้านอาหาร 3.622 และด้านสินค้าที่ระลึก 3.543 ตามลำดับ

ด้านสถานที่

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.782 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรีในเรื่องของความเพียงพอของที่จอดรถ โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ลำดับต่อมา ในเรื่องของสถานที่ตั้งมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ป้ายบอกทิศทางและจุดให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.85 ความสะอาดและสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 3.78 ขนาดพื้นที่ของร้านต่างๆ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 3.67 และความเพียงพอของห้องสุขาที่สะอาดถูกสุขลักษณะ 3.53 ตามลำดับ

ด้านราคา

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรี ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.660 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรีในเรื่องของราคาอาหารมีความเหมาะสมโดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ลำดับต่อมา ในเรื่องของค่าเข้าชมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ราคาสินค้าที่

ระลึกมีความเหมาะสม และราคากิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ด้านสินค้าที่ระลึก

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.543 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในเรื่องของการจัดวางสินค้ามีความดึงดูดน่าสนใจ โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ลำดับต่อมา ในเรื่องของสินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 สินค้ามีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และคุณภาพสินค้ามีความเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ตามลำดับ

ด้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านอาหารอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.622 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในเรื่องของรสชาติอาหาร โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ลำดับต่อมา ในเรื่องของความเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 คุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ความหลากหลายของอาหาร / เครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และความสะอาดของอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในเรื่องของกิจกรรมเดินชมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ลำดับต่อมา ในเรื่องของกิจกรรมแปลงนาเกษตรสาธิตและเกษตรไร้ดิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 กิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และกิจกรรมการแสดง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

ด้านการคมนาคม

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการคมนาคมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.066 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัด

ชลบุรีในเรื่องของการเดินทางไปตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา สะดวกสบาย โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ลำดับต่อมา ในเรื่องของมีป้ายบอกทางชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ระยะเวลาในการเดินทางเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และสภาพถนนอยู่ในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.808 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัย 3.848 โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.848 ลำดับต่อมาคือ ศักยภาพด้านการต้อนรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.839 และศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.736 ตามลำดับ

ด้านการต้อนรับ

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการต้อนรับโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.839 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการต้อนรับในเรื่องของ การทักทาย / ต้อนรับของพนักงาน โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ลำดับต่อมาคือ การแต่งกาย / ต้อนรับ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 การพูดจาและการยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความมีน้ำใจช่วยเหลือในขณะที่กำลังให้บริการ และการกล่าวขอบคุณและเชื้อเชิญให้มาใช้บริการใหม่หลังให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ด้านข้อมูลข่าวสาร

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.736 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า พนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสารในเรื่องของการให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนและชัดเจน โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ลำดับต่อมาคือ ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ตามลำดับ

ด้านความปลอดภัย

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัยโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.848 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า พนักงาน

ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความปลอดภัยในเรื่องของการมีหน่วยปฐมพยาบาล สำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีระดับการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ลำดับต่อมา คือ การให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และมีมาตรการต่างๆ ในการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ ราคา สินค้าที่ระลึก อาหาร กิจกรรม และการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ t-test ในการทดสอบ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านราคา อาหาร กิจกรรม และการคมนาคมไม่ต่างกัน แต่เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ และด้านสินค้าที่ระลึกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านสถานที่ ราคา สินค้าที่ระลึก อาหาร กิจกรรม และการคมนาคมไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความแตกต่างของ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัตยา จังหวัดชลบุรี มีผลต่อศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการให้บริการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการ ด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ t-test ในการทดสอบ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความ ปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า อายุของ นักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ด้านข้อมูลข่าวสาร และ ด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ระดับ การศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของ พนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ระดับการศึกษาของ นักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการ ต้อนรับ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า อาชีพของ นักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความ

คิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ และด้านความปลอดภัย ไม่ต่างกัน แต่อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสารต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ จำนวน 1 คู่ ที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ พนักงานบริษัท

สมมติฐานที่ 2.5 ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ One-Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการให้บริการของพนักงานในด้านการต้อนรับ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำสัมภาษณ์ แบบ Focus Group

ผลจากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์ แบบ Focus Group โดยจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง และประเด็นคำถามได้ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยว

ผลจากการวิเคราะห์ความคิดเห็น และข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการมาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้นได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี แล้ว และกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องของความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีความรู้สึกประทับใจในเรื่องของกิจกรรมต่างๆ ที่ทางตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้จัดขึ้นได้แก่ การได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นวิถีชีวิต สินค้า และอาหารทั้งสี่ภาค การแสดงประจําภาคที่หาดูได้ยาก แปลงนาสาธิต รวมไปถึงมีการแสดงประเภทต่างๆ ได้แก่ รำกลองยาว รำกระบือกระบอง เป็นต้น รวมไปถึงมีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลวันสำคัญๆ ได้แก่ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและมีความต้องการที่จะมาใช้บริการซ้ำในภายหลัง ส่วนในเรื่องของสิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ในเรื่องของระดับราคาของอาหาร และสินค้าที่ระลึกที่อยู่ในระดับราคาที่ค่อนข้างสูง และไม่ค่อยมีความหลากหลายซึ่งยังไม่สามารถสร้างเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ให้เป็นจุดขายได้ สิ่งที่ต้องปรับปรุงใน

เรื่องต่อมา คือ ในเรื่องของการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งในปัจจุบันยังทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยจนเกินไป อยากให้ทางผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี ให้มากกว่านี้ ในส่วนของปัญหา และอุปสรรคในการมาเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะมีความเห็นว่าเป็นอากาศที่ร้อน และมีปัญหาเกี่ยวกับแสงแดดนั้นเป็นปัญหาหลักในการมาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาค ทางผู้บริหารควรรับหาทางแก้ไขด้วยวิธีการต่างๆ อาจจะมีจุดบริการแจกหมวก หรือแจกน้ำดื่มฟรี สำหรับนักท่องเที่ยว

2. กลุ่มผู้บริหาร พนักงาน และผู้ประกอบการ (พ่อค้า/แม่ค้า)

จากการทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มผู้บริหารมีความใส่ใจกับทุกปัญหาที่ได้รับกรร้องเรียน และยอมรับผลจากการสำรวจและยินดีที่จะนำผลที่ได้จากการสำรวจไปปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น ในส่วนของพนักงานมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในกระบวนการให้บริการโดยมีความคำนึงถึงนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และในส่วนของผู้ประกอบการ (พ่อค้า/แม่ค้า) นั้นพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการก็มีส่วนในการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเช่นกัน และจากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของสินค้าที่ระลึกนั้นมีความเป็นไปได้ยากในการที่จะปรับลดราคาลง เนื่องจากต้นทุนของสินค้าอยู่ในราคาที่ค่อนข้างสูง รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าเช่าสถานที่ จึงเป็นเหตุผลให้ราคาของสินค้าที่ระลึกมีราคาแพง

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา จังหวัดชลบุรีในด้านการคมนาคม โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.786 ลำดับต่อมา คือ ด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.041 ด้านสถานที่ 3.782 ด้านราคา 3.660 ด้านอาหาร 3.622 และด้านสินค้าที่ระลึก 3.543 ตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (มธุวรรณ พลวัน, 2546) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว

ของตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณลักษณะทางกายภาพ 2 เรื่องคือ สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ของตลาดน้ำ และในด้านการบริการการท่องเที่ยว อีก 1 เรื่องคือ อธิษาศัยของคนในชุมชน ส่วนการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความเพียงพอและความสะดวกในการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ถึงขยะและสุขาสาธารณะ ซึ่งเป็นส่วนที่ควรปรับปรุงแก้ไข

2. ผลจากการศึกษาศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพืษยา จังหวัดชลบุรี พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.808 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่าในปัจจุบัน ได้มีการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานในเรื่องของการให้บริการต่างๆ เช่นในเรื่องของการแต่งกาย การทักทาย การพูดจาและการยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน ความมีน้ำใจช่วยเหลือในขณะที่กำลังใช้บริการ การให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง การให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนและชัดเจน และความเร็วในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมไปถึงการสร้างความสำเร็จในเรื่องของความปลอดภัย เช่น ในเรื่องของมาตรการต่างๆ ในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และมีหน่วยปฐมพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เอง ทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อรุณี ปัญญามูลวงษา, 2542) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่สุภาพ เป็นกันเอง สามารถไว้วางใจได้ เข้าใจในลูกค้า มีความรับผิดชอบบริการได้อย่างทันใจและมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ส่วนบริการของที่พักตากอากาศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการบริการของห้องพัก บริการรถรับ-ส่ง บริการฝากข้อความและบริการจักรยานฟรีสำหรับลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเครื่องทำน้ำอุ่น ฝักบัว ตู้เย็นและพัดลม

3. จากผลการศึกษาในส่วนของการทำงานการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ แบบ Focus group พบว่า มีความสอดคล้องกันในส่วนของความพึงพอใจในเรื่องของการจัดกิจกรรม โดยมีงานวิจัยสนับสนุน คือ (Kirk L. Wakefield and Jeffrey G. Blodgett,

1994) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง “The Importance of Serviceescapes in Leisure Service Setting” พบว่าอิทธิพลของบรรยากาศ สภาพของสถานที่ที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรให้ความสนใจถึงส่วนประกอบทั้งหมดของการให้บริการ ไม่เพียงแต่วิธีการให้บริการเท่านั้น

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

1. ในด้านสินค้าที่ระลึก เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.543 ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวคิดว่าคุณภาพของสินค้านั้นยังไม่มีความเหมาะสมกับราคา รวมไปถึงในเรื่องของความหลากหลายของสินค้า และความโดดเด่นน่าสนใจ ของสินค้า ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เอง จำเป็นที่จะต้องปรับปรุงเพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
2. ในเรื่องของศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธยา จังหวัดชลบุรี นั้น พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันยังเป็นด้านที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ควรที่จะมีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธยา จังหวัดชลบุรี ตามสื่อต่างๆ
3. ควรมีมาตรการต่างๆ ในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมไปถึงควรมีการจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว และ มีการจัดหน่วยปฐมพยาบาล สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทธยา จังหวัดชลบุรี

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์กัน เพราะจะได้ทราบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติมีความพึงพอใจ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงานเป็นอย่างไร
2. ควรที่จะมีการศึกษาในเชิงคุณภาพ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงปริมาณในเชิงลึกต่อไป



บรรณานุกรม

- เกษม ภูธรอม. (2543). การพัฒนาคุณภาพบริการรักษาความปลอดภัย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- กรีช สะอึ้งทอง. (2545). ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาชุมชนไต่หย่า หมู่บ้านน้ำบ่อขาว ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- กันยารัตน์ เบี้ยกลาง. (2549). คุณภาพการบริการการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี
- ชลธิชา เทียมเทพ. (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระพิก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เจริญพร เพ็ชรกิจ. (2548). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของพนักงานส่วนหน้า : ศึกษากรณี KU Home = Customers'satisfaction with services rendered by front desk staff : a case study of KU Home. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นิฐริน ไล่พันธ์. (2544). ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย จังหวัดอุบลราชธานี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- นิตา ชัชกุล. (2542). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นุสรุา แสงรัตน์. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักที่มีต่อการบริการส่วนหน้า กรณีศึกษาที่พักราคาประหยัด สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- บุญเลิศ เปเรร่า. (2543). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- บุปผา วงษ์พันธุ์ทา. (2544). **การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ประกอบศิริ ภักดีพินิจ. (2545). **ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนริมกว๊านพะเยา : กรณีศึกษาชุมชนบ้านร่องไฮ ตำบลแม่ใส อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ปาริชาติ บึงพรัตน์. (2546). **การมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่น ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.
- พิมพ์วิมล สุทธิ พิณรุประภา. (2545). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหารลำแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พลชัย ศิริอินทร์. (2549). **แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำดอนหวายเพื่อการท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม., สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- มกุฎส ปราบไฟรี. **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีชุมชนไทยทรงดำบ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- มกุฎวรรณ พลวัน. (2546). **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2542). **การเขียนโครงการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- มนัส สุวรรณ. (2534). **กว๊านพะเยานิเวศวิทยาและศักยภาพในการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ยอด เนตรสุวรรณ. (2547). **เที่ยวทั่วไทยไปกับนายรอบรู้**. กรุงเทพฯ : สวรรคดี
- ยุพดี เสตพรรณ. (2548). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5)**. กรุงเทพฯ : พิษณุการพิมพ์.

รัฐทิติยา หิรัณยหาต. (2544). แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อ
การท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอทาม่วง จังหวัดกาญจนบุรี.

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

สงศรี วงษ์เวช. (2545). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำปิง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนเรศวร



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม
ตลาดน้ำสี่ภาคพื้ทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัย

นางสาวจุรีรัตน์ หนองหว่า

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยนเรศวร

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ศึกษาศักยภาพของพนักงานด้านบริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพด้านการบริการของพนักงานตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จังหวัดชลบุรี

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลา
และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ
 - 1) ชาย
 - 2) หญิง
2. อายุ
 - 1) 18 – 20 ปี
 - 2) 21 - 30 ปี
 - 3) 31 – 40 ปี
 - 4) 41 – 50 ปี
 - 5) 51 ปีขึ้นไป
3. การศึกษา
 - 1) ประถมศึกษา
 - 2) มัธยมศึกษา / อาชีวศึกษา
 - 3) ปริญญาตรี ขึ้นไป
4. อาชีพ
 - 1) นักเรียน / นักศึกษา
 - 2) ธุรกิจส่วนตัว
 - 3) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 4) พนักงานบริษัท
 - 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 2) 10,001 – 15,000 บาท
 - 3) 15,001 – 20,000 บาท
 - 4) สูงกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
วัฒนธรรมตลาดน้ำสีภาคพิทยา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมในด้านต่างๆ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจด้านการจัดการการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
สถานที่					
1. สถานที่ตั้งมีความเหมาะสม					
2. ความสะอาดและสวยงาม					
3. ขนาดพื้นที่ของร้านต่างๆ มีความเหมาะสม					
4. ป้ายบอกทิศทางและจุดให้บริการ					
5. ความเพียงพอของที่จอดรถ					
6. ความเพียงพอของห้องสุขาที่สะอาดถูกสุขลักษณะ					
ราคา					
7. ค่าเข้าชมมีความเหมาะสม					
8. ราคาอาหารมีความเหมาะสม					
9. ราคาสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม					
10. ราคากิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพมีความเหมาะสม					
สินค้าที่ระลึก					
11. สินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นน่าสนใจ					
12. สินค้ามีความหลากหลาย					
13. การจัดวางสินค้ามีความดึงดูดน่าสนใจ					
14. คุณภาพสินค้ามีความเหมาะสมกับราคา					
อาหาร					
16. ความสะอาด					
17. รสชาติอาหาร					
18. คุณภาพอาหาร					
19. ความหลากหลายของอาหาร / เครื่องดื่ม					
20. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
กิจกรรม					
21. กิจกรรมการแสดง					
22. กิจกรรมเดินชมตลาดน้ำสีภาคพิทยา					
23. กิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพ					
24. กิจกรรมแปลงนาเกษตรสาธิตและเกษตรไร่นา					

ความพึงพอใจด้านการจัดการการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การคมนาคม					
25. การเดินทางไปตลาดน้ำสี่ภาคพืฯ สะดวกสบาย					
26. มีป้ายบอกทางชัดเจน					
27. สภาพถนนอยู่ในสภาพที่ดี					
28. ระยะเวลาในการเดินทางเหมาะสม					

ส่วนที่ 3 ศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงาน ตลาดน้ำสี่ภาคพืฯ จังหวัดชลบุรี
คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการให้บริการของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว
ชาวไทย ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน	ระดับการให้บริการของพนักงาน				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การต้อนรับ					
1. การแต่งกาย / ต้อนรับ มีความเหมาะสม					
2. การทักทาย / ต้อนรับ ของพนักงาน					
3. การพูดจาและการยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน					
4. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน					
5. ความมีน้ำใจช่วยเหลือในขณะที่กำลังใช้บริการ					
6. การกล่าวขอบคุณและเชื้อเชิญให้มาใช้บริการ ใหม่หลังใช้บริการ					
ข้อมูลข่าวสาร					
7. การให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง					
8. การให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนและชัดเจน					
9. ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ					
ความปลอดภัย					
10. มีมาตรการต่างๆในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					
12. จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
13. การให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว					
14. มีหน่วยปฐมพยาบาล					

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาใช้เวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	จวีรัตน์ หนองหว่า
วัน เดือน ปีเกิด	2 ตุลาคม 2524
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 93/75 ลุมพินี วิลล่า ถนนพงษ์เพชร – ประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
ที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทบุญเทียนเอ็นจิเนียริง จำกัด 1248 ซอยลิขิตพัฒนา แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2551 L&B Traveltrip Co.,Ltd พ.ศ. 2552 Expert Travel Co.,Ltd
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2547 ศศ.บ. สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์